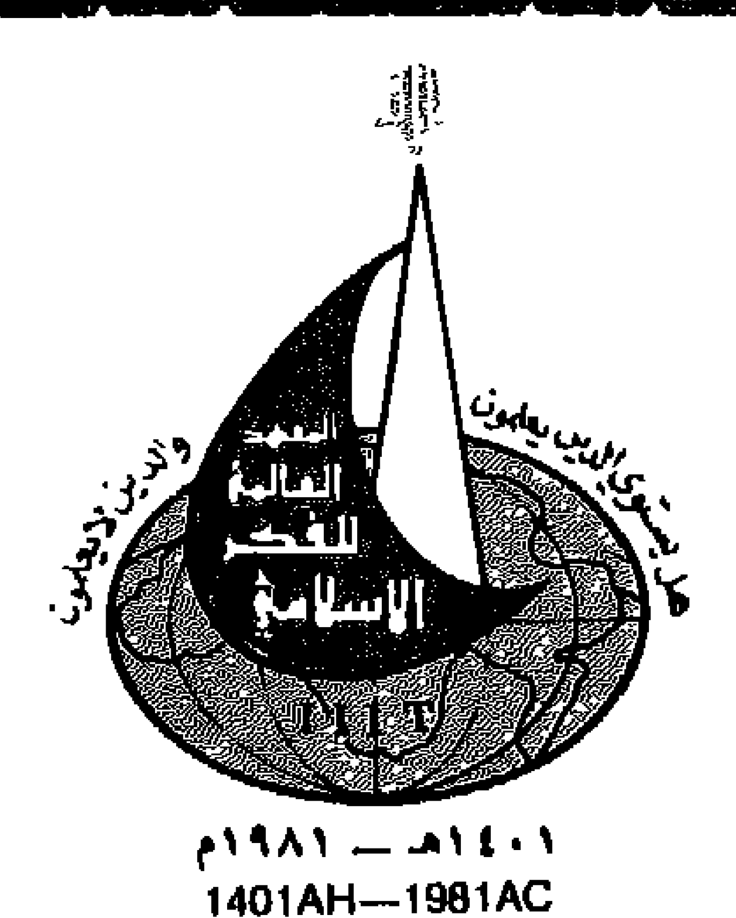




المعهد العالمي للفكر الإسلامي

دراسات في الاقتصاد الإسلامي (٥)

رسالة البنك الإسلامي و معايير تقويمها

عبد الشافي محمد أبو الفضل



عبد الشافى محمد أبو العينين أبو الفضل

* مواليد محافظة الدقهلية ، مصر ١٩٤١ .

* ماجستير ادارة الأعمال ، كلية التجارة ، جامعة عين شمس ١٩٧٨ ، موضوع **"تقويم برامج التدريب فى قطاع الصناعة "** .

* دكتوراه ادراة الأعمال ، كلية التجارة ، جامعة الأزهر ١٩٨٤ ، موضوع **"القيادة الإدارية فى الإسلام "** . مع الطبع والتبادل على نفقة الجامعة .

* استاذ مساعد ، باكاديمية السادات للعلوم الادارية .

* نائب عميد أكاديمية السادات للعلوم الادارية فرع طنطا .

أهم مؤلفاته :

- **استراتيجية ورسالة البنوك الإسلامية .**
- **نحو نموذج فعال للادارة الاستراتيجية .**
- **القيادة الادارية فى الإسلام .**

رسالة البنك الإسلامي
و
معايير تقويمها

الطبعة الأولى

١٤١٧هـ - ١٩٩٦م



المعهد العالمي للفكر الإسلامي
هيرندن - فرجينيا - الولايات المتحدة الأمريكية

رسالة البنك الإسلامي و معايير تقويمها

عبد الشافي محمد أبو الفضل

المعهد العالمي للفكر الإسلامي
القاهرة
١٤١٧هـ - ١٩٩٦م

(دراسات في الاقتصاد الإسلامي ؛ ٥)

المعهد العالمي للفكر الإسلامي
٢٦ ب - ش الجزيرة الوسطى - الزمالك - القاهرة - ج.م.ع.

بيانات الفهرسة أثناء النشر - مكتبة المعهد بالقاهرة .

أبو الفضل ، عبد الشافي محمد .

رسالة البنك الإسلامي ومعايير تقويمها / عبد الشافي محمد أبو الفضل . - ط١. - القاهرة : المعهد العالمي للفكر الإسلامي، ١٩٩٦ .

١١١ص. سم . - (دراسات في الاقتصاد الإسلامي ؛ ٥)
يشتمل على إرجاعات بيليوجرافية .
تدمك ٤ - ١٤- ٥٢٢٤ - ٩٧٧.
١ - البنوك الإسلامية
أ - العنوان. ب - (السلسلة)

رقم التصنيف ٣٣٢,١
رقم الإيداع ٧١٨٦ / ١٩٩٦ .

المحتويات

تصـــدير

الحمد لله رب العالمين ، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين ، سيدنا محمد ، وعلى آله وصحبه وسلم ، ثم أما بعد . .

فيهدف هذا المشروع ، إلى دراسة صيغ المعاملات المصرفية ، والاستثمارية، والمالية المستخدمة فى المؤسسات الإسلامية ، وخاصة فى البنوك ، وشركات الاستثمار .

يتمثل نتاج هذا المشروع ، فى عدد من البحوث ، التى يغطى كل منها ناحية، أو موضوعاً محدداً، من الصيغ التى تنظم علاقات هذه المؤسسات ، سواء أكانت مع غيرها من الأفراد ، والمؤسسات الأخرى، أم فى جانب استخداماتها للأموال المتاحة لها ، أم فى جانب الخدمات الأخرى غير التمويلية ، التى تقوم بها ، ويقدر – مبدئياً – أن يصل عدد البحوث المطلوبة، إلى حوال ٤٠ بحثاً ، تغطى النواحى التالية :

فى جانب موارد أموال المؤسسة ، تخصص أبحاث لرأس المال الفردى ، والذى يأخذ شكل شركة رأسمالية ، أو تعاونية ، أو شرعية ، وكذلك في صورة رأس المال المساند .

كما تخصص أبحاث لكل من أنواع الودائع الجارية وحسابات التوفير ، والودائع الاستثمارية العامة ، والمخصصة سواء قطاع ، أو إقليم ، أو مشروع معين ، وتقدر بحوث هذا المجال بخمسة عشر بحثا .

فى جانب استخدامات المؤسسة للأموال المتاحة لها تخصص بحوث لكل نوع من هذه الاستخدامات، سواء فى ذلك ما يتم على الصعيد المحلي ، أو ما يتم في السوق الدولية، وتشمل صيغ المشاركة، والمضاربة ، والبيع، والإيجار بكافة صورها ، والتي لا داعى لتفصيلها هنا ، وتقدر بحوث هذا المجال ، بخمسة عشر بحثاً .

وفى جانب الخدمات غير التمويلية ، التى تقوم بها هذه المؤسسات ، تخصص أبحاث لكل نوع من أنواع هذه الخدمات مثل : إصدار ، وبيع ، وصرف الشيكات السياحية ، وإصدار بطاقات الائتمان ، وصرف العملات الأجنبية ، وتحويل الأموال ، سواء إلى عملتها ، أو إلى عملة أخرى ، وإصدار الشيكات المصرفية ، سواء بالعملة المحلية ، أو بعملات أخرى ، وإصدار الضمانات المصرفية ، وفتح ، وتبليغ ، وتثبيت الاعتمادات المستندية ، وشراء ، وبيع الذهب ، والفضة ، والمعادن النفيسة ، وفتح الحسابات الجارية بالمعادن النفيسة ، وإصدار شهادات الودائع بها ، وقبول تحصيل سندات الدفع ، والأوراق التجارية ، وتأسيس الشركات، وطرح الأسهم للاكتتاب ، وتقديم الخدمات الإدارية للشركات القابضة ، وشراء ، وبيع ، وحفظ ، وتحصيل أرباح الأسهم لحساب العملاء، وتقديم الاستشارات، فيما يتعلق باندماج

الشركات، أو شرائها ، وإدارة العقارات لحساب العملاء، وإدارة الأوقاف، وتنفيذ الوصايا ، وقبول الأمانات ، وتأجير الخزائن الحديدية، وخدمات الخزائن الليلية، ودراسات الجدوى الاقتصادية، وتقديم خدمة الاستعلامات التجارية، والترتيبات التأمينية ، والاستشارات الضريبية، والخدمات القانونية، وخطابات التعريف، وتحصيل القوائم التجارية لصالح العميل ، وأية أنشطة أخرى ، مما تقوم به البنوك فى مجالات البحث، والتدريب، والأعمال الاجتماعية ، والخيرية.

وتجمع بعض هذه الأنشطة – وفقاً لطبيعتها – في بحوث محددة، بحيث لايتجاوز عدد البحوث في هذا المجال ، عشرة بحوث .

ويشترط فى كل من البحوث المطلوبة فى هذا المشروع ، أن تغطى عناصر معينة ، على وجه التحديد هى :

– وصف للوظيفة الاقتصادية للعقد ، أو العملية، أو النشاط موضوع البحث ، أى للفائدة المستهدفة من كل منها .

– وصف تحليلى للإطار القانوني للعقد ، أو العملية ، أو النشاط ، أى للأحكام القانونية الوضعية، التى تحكم كلا منها، وتنظمها .

– بيان الحكم الشرعى للعقد ، أو العملية ، أو النشاط ، فإن كان الحكم الشرعى ، هو الإباحة بصورة مبدئية – ولكن يشوب العقد ، أو العملية ، أو النشاط ، بعض المخالفات الشرعية الجزئية – فينبغى أن يشمل البحث بياناً بالتعديلات ، أو التحفظات المقترح إدخالها، لإزالة الاعتراض الشرعى ، وكذلك بحث مدى قبول هذه التعديلات للتطبيق ، من الناحية القانونية الوضعية ، التى تحكم العملية .

– أما إذا كان الحكم الشرعى ، هو الحرمة من الناحية المبدئية ، وتعذر تصحيحها شرعياً بإجراء تعديلات ، أو تحفظات ، فينبغى أن يشمل البحث ، اقتراح البديل المقبول شرعاً ، والذى يؤدى نفس الوظيفة الاقتصادية للعقد ، أو العملية، أو النشاط ، وكذلك بحث مدى قبول هذا البديل ، للتطبيق من الناحية القانونية الوضعية ، التى تحكم العملية.

– ينبغى أن يشتمل البحث كذلك على نموذج ، أو نماذج لصيغة العقد البديل المقترح، كما في البند السابق أعلاه ، أو التعديل المقترح، كمافى البند الذى يسبقه ، مع توضيح إجمالى للإطار القانونى الوضعى ، المقبول شرعاً ، مع الإحالة إلى رقم القانون، ورقم المادة ما أمكن ، كما يوضح – تفصيلاً – الأحكام الشرعية ، مع بيان الدليل الشرعى والمرجع الفقهى ، موضحاً بالطبعة، والجزء ، والصفحة .

- ونظراً لتعذر القيام بهذه البحوث ، بصورة شاملة لجميع المؤسسات المصرفية والاستثمارية ، والمالية الإسلامية ، فى جميع البلاد ، فيكتفى بإجراء البحوث بصورة مقارنة، على أساس انتقائى لدولتين ، أو ثلاث ، أو أربع، ويراعى فى اختيارها ، أن يكون إطارها القانونى ممثلاً لنموذج معين من العقد، أو العملية، أو النشاط موضوع البحث .

ويراعى فى اختيار هؤلاء الأفراد، تكامل التخصصات المصرفية ، والقانونية، والشرعية .

واتبع المعهد العالمى للفكر الإسلامى منهجاً ، حرص فيه على خروج الأبحاث بشكل علمى جيد ، فتم تشكيل لجنة ضمت فى عناصرها : أساتذة من الجامعات فى مختلف التخصصات الاقتصادية ، والمحاسبية ، والإدارية ، والشرعية ، بجانب عدد من الخبراء المصرفيين فى المصارف الإسلامية ؛ وذلك لمناقشة مخططات الأبحاث المقدمة من الباحثين، وتقديم الاقتراحات العلمية الدقيقة لهم ؛ حتى تخرج البحوث فى النهاية ، متضمنة الجوانب النظرية ، والتطبيقية للمصارف الإسلامية .

بعد إتمام هذه الأبحاث، يعهد بمراجعتها، وتحكيمها إلى أشخاص أو هيئة و- غالباً - كان يتم تحكيم البحث من أكثر من شخص .

والبحث الذى بين أيدينا ، من بحوث سلسلة صيغ معاملات المصارف الإسلامية ، وقد اجتهد الباحث فى أن يخرج البحث بالصورة المشرفة ، وقد أخذ فى الاعتبار ، كل توصيات المعهد بشأن البحث، وأملنا أن ينتفع ببحوث هذه السلسلة ، فى ترشيد مسيرتها ، ودعم خطواتها فى بناء الاقتصاد الإسلامى ، والسعى دوماً نحو الرقى ، والتقدم للأمة الإسلامية ، وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين.

أ. د. على جمعة محمد
المستشار الأكاديمى
للمعهد العالمى للفكر الإسلامى
مكتب القاهرة

المقدمة

مشكلة البحث:

بالرغم من أهمية ، وضرورة ، وجود رسالة للمنظمة، محددة، وموثقة، ومعلومة، ومقبولة، وتتميز بالكفاءة ، والفعالية، إلا أن المشاهد، أن كثيرا من المنظمات تفتقد وجود هذه العناصر فى رسالتها، إن لم تفتقد لوجود الرسالة أصلاً.

وبالرغم من أن عديداً من الكتاب ، والمفكرين، فى مجال الادارة ، والاقتصاد، يقرون بوجود فروق مميزة بين طبيعة ، ودور ، رسالة المنظمة، وطبيعة ودور كل من الأغراض ، أو الأهداف ، إلا أن المشاهد ، أن هناك بعض الغموض فيما يتعلق بالعلاقة بين كل من: الرسالة من جهة ، والأغراض ، أو الأهداف ، من جهة أخري، وأيهما يعلو على الآخر ، ويحكمه ، ويوجهه، وأيهما يتبع الآخر ، وينبثق منه.

ولا شك أن هذا القصور الذى أشرنا إليه ، يستوجب وقفة موضوعية ، تستهدف التحقق من مدى حقيقة تلك المشاهدات، نظرا لأهمية ، وضرورة ، وجود الرسالة لأى منظمة.

ونعرض فيما يلى لعدد من الشواهد الدالة على وجود قصــــور ، فيما يتعلق بتوظيف ، واستخدام رسالة المنظمة ، فى البنوك الاسلامية، وكذلك فيما يتعلق بوجود قصور ، واختلاف ، وتباين فى موقف الفكر الإدارى المعاصر إزاء رسالة المنظمة.

فمن المسلم به ، أنه فى مجال المنظمات الاقتصادية ، والمالية، وفى مجال البنوك الإسلامية، يصبح وجود رسالة واضحة ، ومحددة ، ومقبولة، وكفئة وفعاله **«ضرورة حيوية»** ؛ لتبرز ، وتؤكد ، حقيقة تلك البنوك ، والدور ، والوظيفة ، التى تضطلع بها كبنوك إسلامية تقود تجربة رائدة متميزة ، وذات هوية خاصة ، تميزها عن غيرها من البنوك غير الإسلامية.

وبالرغم من ذلك ، فإن هناك دلائل تشير إلى أن وجود رسالة موثقة ، ومحددة، ومعلنة ، أمر تفتقد لوجوده كثير من البنوك الإسلامية، ومن ذلك:

١ ـ أن البنك الإسلامى للتنمية فى اتفاقية إنشائه (١)، وكذلك فى نظامه الأساسي(٢) ، لم يذكر ، ولم يشر ، فى وضوح إلى رسالته ، بل جاء كلاهما خلواً من أى ذكر لتلك الكلمة، رسالة البنك.

٢ ـ أن المرسوم بتأسيس بنك دبى الإسلامي، وكذلك عقد تأسيسه، وأيضاً نظامه الأساسى ، قد جاءت كلها خلواً من أى ذكر لرسالة البنك.(٣)

٣ ـ أن المرسوم بتأسيس بيت التمويل الكويتي، والمذكرة الإيضاحية، وكذلك وثيقة التأسيس ، ونظامه الأساسي ، قد جاءت كلها خلواً من أى إشارة ، أو ذكر، لرسالة ، البنك.(٤)

٤ ـ أن قانون بنك فيصل الإسلامى السوداني، ونظامه الأساسي، ولوائح ، ونظام الإدارة لهذا البنك ، قد جاءت كلها خلواً من أى اشارة، أو ذكر ، لرسالة البنك.(٥)

٥ ـ وكذلك قانون إنشاء بنك فيصل الإسلامى المصري، والمذكرة الإيضاحية، ونظامه الإساسى ، قد جاءت كلها خالية من أى إشارة ، أو ذكر ، لرسالة البنك.(٦)

٦ ـ أن قانون إنشاء بنك ناصر الاجتماعي، والمذكرة الإيضاحية لهذا القانون ، قد جاءت خالية من أى ذكر لرسالة البنك.(٧)

٧ ـ بل إن اتفاقية إنشاء الاتحاد الدولى للبنوك الإسلامية(٨)، قد جاءت هى الأخرى خالية من أى ذكر ، أو إشارة ، لرسالة الاتحاد ـ اتحاد البنوك الإسلامية!!

وعليه ، فإن الأمر يستوجب وقفة حول أسباب التغاضى عن أى ذكر لرسالة البنك، فنحن نعلم أن البعض من هذه البنوك ، قد ذكر أهداف البنك ، وكأنه استعاض بهذا عن ذكر رسالة البنك، ومن هؤلاء، اتحاد البنوك الإسلامية، والبنك الإسلامى للتنمية، والأكثرية قد ذكرت أغراض البنك ، وكأنها استعاضت بهذا عن ذكر رسالة البنك ، ومن هؤلاء، بنك دبى الإسلامي، وبيت التمويل الكويتي، وبنك فيصل الإسلامى السوادني، وبنك فيصل الإسلامى المصري، وبنك ناصر الاجتماعي.

ونحن ـ بداية ـ نرى أن الكلمة كلمة : «رسالة» ،كلمة عربية أصيلة(٩)، ونرى كذلك ، أن مدلولها أقوى ، وأوضح فى التعبير عن المبرر الأساسى من وجود، وإنشاء ، البنك الإسلامى عن كل من الغرض ، أو الهدف. كما أن لكل من الأغراض ، أو الأهداف ، فى المنظمات المختلفة دوراً ، ووظيفة ، يختلف عن طبيعة دور ، ووظيفة ، رسالة البنك ، أو المنظمة. بل إن الباحث يرى أن «الرسالة» ككلمة لها مدلولات ، وإيحاءات دينية ، وإسلامية، وكأنها تشير إلى النبع الذى تنهل منه ، ألا وهو رسالة الرسل عامة، ورسالة الرسول الخاتم «محمد» خاصة، عليهم وعليه الصلاة والسلام.

وهناك عدد من الشواهد على وجود قصور ، وتباين ، فى مواقف الفكر الإدارى المعاصر من رسالة المنظمة، يمكن أن نجملها فيما يلى :

– أن هناك عدداً من كتاب الإدارة ، يرون أن الرسالة Mission ذات طبيعة ، ودور ، ووظيفة ، تعلو ، وتختلف ، عن الأغراض Purposes ، وأن هذه الأخيرة، ذات طبيعة ، ودور ، ووظيفة ، تعلو ، وتختلف ، عن الأهداف Objectives.(١٠)

وعلى هذا ، فالأمر ليس مجرد اختلاف كلمات، بل الأمر هو استخدام كلمة ذات طبيعة ، ومدلول ، ودور ، ووظيفة ، لتحل محل كلمة أخرى ، تختلف عنها فى ذلك.

– وفى المقابل نجد كتاباً آخرين ، لهم آراء أخرى ، تختلف ، وتتباين ، عن هذا التدرج ، وتلك العلاقة بين كل من الرسالة ، والأغراض ، والأهداف، وهذا البعض يرى أن الغايات تسبق ، وتعلو الرسالة ، أو المهام ، وأن الرسالة تسبق ، وتعلو، الأهداف Objectives .(١١)

– وهناك رأى ثالث قريب من الرأى الأول ، يستبعد الأغراض، ويرى أن الأمر قاصر على الرسالة ، ثم سلسلة من الأهداف.(١٢)

والباحث يقف مع الرأى الأول ، حيث يرى أن الرسالة إنما تعنى بصفة أساسية، بمبرر وجود المنظمة ، أو البنك، وهذا المبرر فى الاتجاه الحديث لم ، يعد يعنى بتحديد المنتج السلعى ، أو الخدمى ، التى ستقدمه المنظمة ، أو البنك للبيئة ، والمجتمع، وإنما أصبح يعنى بنوع «الحاجة» التى ستقوم المنظمة ، أو البنك ، بإشباعها لشريحة ، أو لفئة من شرائح ، أو فئات المجتمع، فالحاجة المطلوب إشباعها أعم من منتج معين ، يساهم فى إشباع تلك الحاجة، فقد يوجد اليوم أو غداً منتج آخر، مغاير ، يساهم بدرجة أكثر كفاءة ، وفعالية ، فى إشباع تلك الحاجة من المنتج الأول، وعلى المنظمة ، أو البنك ، التحول لإنتاج المنتج الجديد، ولا يعنى هذا التحول تغييرا فى رسالة المنظمة ، أو البنك.

ويرى الباحث أن الاهداف فى المقابل ، إنما تعنى نتائج مستهدفة محددة، وقابلة للقياس(١٣) ، أما الأغراض purposes ، فهى بمثابة رسائل فرعية ، أو مجالات عمل ، مطلوب القيام بها لتحقيق رسالة المنظمة ، ولكنها مصاغة بشكل عام غير قابل للقياس الدقيق ، وهى تنبثق من رسالة المنظمة ، أو البنك ، ومن الأغراض تنبثق الأهداف.

وأياً كان الأمر ، فإن التحليل السابق ، يشير إلى مدى أهمية توافر رسالة تتميز بالكفاءة ، والفعالية، وأن هذه الرسالة تتزايد أهميتها ، وضرورتها ، فى البنوك الإسلامية نظراً لتميز طبيعتها ، ومنطلقاتها ، وغاياتها ، عن غيرها من البنوك غير الإسلامية، الأمر الذى يستوجب وجود رسالة واضحة، ومحددة، ومعلنة ، ومقبولة، تبرر ، وتؤكد ، طبيعة هذا التميز فى المنطلقات ، والغايات ، التى من أجلها أنشئت البنوك الإسلامية.

وبالرغم من ذلك نجد ـ كما سبق أن أشرنا ـ أن هناك عدداً كبيراً من البنوك الإسلامية ، قد جاء قانون إنشاؤها ، ونظامها الأساسى ، خالياً من أى ذكر ، أو إشارة إلى رسالة تلك البنوك.

وعلى ضوء التحليل ، والتناول السابق ، يمكن أن تتوافر لدينا دلائل واضحة على الآتي:

«أن معظم البنوك الإسلامية ، تفتقر لوجود رسالة واضحة ، ومكتوبة، «ومعلنة»، إن لم تفتقر لوجود الرسالة أصلاً».

ولاشك أن افتقاد البنوك الإسلامية لوجود رسالة أصلاً، إنما يعد بمثابة قرينة على عدم إدراك تلك البنوك لأهمية وجود رسالة واضحة ، ومحددة، وعدم إدراك أن تلك الرسالة لها وظيفة ، وغاية ، واستخدام ، يختلف عن وظيفة ، وغاية، واستخدام ، كل من الأغراض ، والأهداف. هذا فضلاً عن أن عدم توافر الرسالة الواضحة ، والمحددة الفعالة ، إنما يعد بمثابة قرينة ، على عدم توافر معايير التقويم الإيجابي الفعال للرسالة بشكل عام ، ولرسالة البنك الإسلامي بشكل خاص، والتي يمكن توظيفها في تقويم ، وإعادة صياغة ، وتحديد رسالة ، تلك البنوك.

وبناء على ذلك ، فقد تم بلورة ، وتحديد موضوع ، البحث ليدور حول الكشف عن:

١ ـ ماهية ، وأهمية ، وضرورة ، رسالة المنظمة بشكل عام ، ورسالة البنك الإسلامي بشكل خاص.

٢ ـ معايير تقويم ، وقياس الرسالة ، بشكل عام ورسالة البنك الإسلامي بشكل خاص.

ومن ثم ، فقد تم بلورة ، وتحديد ، العنوان التالي لهذا البحث:« ... **رسالة البنك الإسلامي ، ومعايير تقويمها...**»

فروض البحث ، وتساؤلاته:

فروض البحث:

١ ـ « أن غالبية البنوك الإسلامية ، تفتقر لوجود رسالة واضحة ، وموثقة ومحددة»

٢ ـ « أن غالبية كتابات رجال الفكر الإداري العربي ، والإسلامي ، تفتقر لوجود تحديد واضح لمفهوم ، وماهية ، رسالة المنظمة بشكل عام ، ورسالة البنك الإسلامي بشكل خاص.»

٣ ـ « أن في الإمكان -عن طريق التحاكم إلى الفكر الإداري المعاصر- الوقوف على الأسس ، والعناصر العلمية ، الواجب توافرها في رسالة المنظمة بشكل عام، ومن ثم رسالة البنك الإسلامي.»

٤ ـ «أن في الإمكان عن – طريق التحاكم إلى الفكر الإداري المعاصر، وعلى ضوء، وهدى ، أسس ، وأصول الشريعة الاسلامية- الوقوف على المعايير الإدارية ،

والإسلامية ؛ لتقويم رسالة المنظمة بشكل عام، ومن ثم رسالة البنك الإسلامي ».

ويمكن بلورة ، وصياغة هذه الفروض ، في التساؤلات التالية:

تساؤلات البحث :

١ ـ ما مدى توافر رسالة موثقة ، وواضحة ، ومحددة ، لدى البنوك الإسلامية؟

٢ ـ ما مدى أهمية ، وضرورة ، توافر رسالة موثقة ، وواضحة ومحددة ، للبنوك الإسلامية؟

٣ ـ ما هي أهم العوامل المعيارية ، أو المنطلقات الأساسية ، التي تؤثر في تحديد، وصياغة ، رسالة المنظمة ، ومن ثم رسالة البنك الإسلامي؟

٤ ـ ما هو مفهوم رسالة المنظمة بشكل عام، ومن ثم رسالة البنك الإسلامي؟

٥- ماهي أهم العناصر ، والأسس العلمية المعيارية ، الواجب توافرها في الرسالة بصفة عامة ، ورسالة البنك الإسلامي بصفة خاصة ، من حيث المضمون؟

٦ ـ ما هي أهم العناصر ، والأسس العلمية المعيارية الواجب توافرها في وثيقة الرسالة بصفة عامة ، ورسالة البنك الإسلامي بصفة خاصة ، من حيث الصياغة؟

أهداف البحث :

١ ـ التحقق من مدى توافر مفهوم واضح ، ومحدد ، وموثق ، لرسالة المنظمة بشكل عام ، ولرسالة البنك الإسلامي بشكل خاص ، لدى كل من البنوك الإسلامية، ورجال الفكر الإداري العربي ، والاسلامي.

٢ ـ الوقوف علي:

٢/١: مفهوم رسالة المنظمة بشكل عام، ورسالة البنك الإسلامي بشكل خاص.

٢/٢: العوامل ، أو المنطلقات المعيارية ، المؤثرة في تحديد ، وصياغة رسالة المنظمة ، ومن ثم رسالة البنك الإسلامي.

٢/٣: معايير تقويم رسالة المنظمة ، ومن ثم رسالة البنك الإسلامي ، من حيث المضمون.

٢/٤: معايير تقويم رسالة المنظمة ، ومن ثم رسالة البنك الإسلامي ، من حيث الصياغة.

٢/٥: التقدم ببعض التوصيات ، والاقتراحات ، في هذا الصدد.

منهج البحث:

١ ـ المنهج الاستقرائي المكتبي: وسوف يتم ذلك من خلال الآتي :

١/١: القيام باستقراء الكتب ، والمراجع ، التي تناولت النظم الإساسية، والقوانين ، واللوائح الخاصة بالبنوك الإسلامية ؛ بهدف التعرف على مدى تضمنها لرسالة واضحة ، وموثقة ، ومحددة ، للبنك الإسلامي.

٢/١: القيام باستقراء كتب ، ومراجع لرجال الفكر الإدارى العربي، والإسلامي؛ بهدف التعرف على مدى تناول تلك الكتب ، والمراجع، لمفهوم ، وماهية ، رسالة البنك الإسلامي بصفة خاصة، ورسالة المنظمة بصفة عامة.

٣/١: القيام باستقراء كتب ، ومراجع ، لرجال الفكر الإدارى المعاصر ؛ بهدف الوقوف على مواقف ذلك الفكر ، فيما يتعلق بكل من:

١/٣/١: مفهوم ، وماهية ، رسالة المنظمة.

٢/٣/١: العوامل ، والمنطلقات المعيارية المؤثرة على تكوين ، وصياغة ، رسالة المنظمة.

٣/٣/١: العناصر ، والأسس المعيارية الواجب توافرها في رسالة المنظمة ، من حيث المضمون

٤/٣/١: العناصر ، والأسس العلمية المعيارية الواجب توافرها في رسالة المنظمة، من حيث الصياغة.

٢ ـ المنهج الاستنباطي: وسوف يتم ذلك من خلال الآتي:

التحاكم إلى أسس ، وأصول الشريعة الإسلامية ، بهدف التحقق من مدى توافق الأسس العلمية ، والادارية معها ، فيما يتعلق برسالة المنظمة بشكل عام، ومن ثم رسالة البنك الإسلامي بشكل خاص.

وهذا ، وذاك ، بهدف التحقق من مدى صحة فروض البحث ، والإجابة على تساؤلاته، وتحقيق أهدافه.

مجتمع البحث ، وعينة البحث ، ومفرداته:

مجتمع البحث : هو مجتمع البنوك الإسلامية في العالم ، وذلك بالاسترشاد بالقائمة ، التي أعدها مركز الاقتصاد الإسلامي ، التابع للمصرف الإسلامي الدولي

للاستثمار ، والتنمية ، والتى حدد فيها (٢٠) بنكاً ومصرفا إسلاميا[١٤]، مع عدم احتساب الفروع المختلفة لهذه البنوك ، والمصارف الإسلامية، مع إضافة الاتحاد الدولى للبنوك الإسلامية ، إلى مجتمع الدراسة.

عينة البحث: تم اختيار عينة البحث من المنظمات المصرفية ، والبنكية الإسلامية التالية:

١ ـ البنك الإسلامى للتنمية، ومقره المملكة العربية السعودية.

٢ ـ بنك دبى الإسلامي، ومقره دولة الإمارات العربية المتحدة.

٣ ـ بيت التمويل الكويتي، ومقره دولة الكويت.

٤ ـ بنك فيصل الإسلامى السوداني، ومقره جمهورية السودان.

٥ ـ بنك فيصل الإسلامى المصرى، ومقره جمهورية مصر العربية.

٦ ـ بنك ناصر الاجتماعي، ومقره جمهورية مصر العربية.

٧ ـ الاتحاد الدولى للبنوك الإسلامية، ومقره الرئيسي، مكة المكرمة، بالمملكة العربية السعودية.

ويبلغ حجم العينة ٣٢,٣٪ من إجمالى إطار مجتمع البحث.

مفردة البحث: المنظمة المصرفية ، أو البنكية الإسلامية.

وسوف تكون هذه العينة ـ أيضاً ـ هى أساس البحث الميدانى ، المزمع إجراؤه بإذن الله فى المرحلة التالية:

خطة البحث: بداية ، سيقوم الباحث بدراسة مكتبية ، منتهجاً أسلوب الاستقراء المكتبى للمراجع المتخصصة المتاحة ، بهدف التحقق من مدى صحة فروض البحث، والإجابة على تساؤلاته، ويتشكل إطار هذا البحث من الأجزاء الرئيسية التالية:

المقدمة : وتتناول المشكلة موضوع البحث، وفروض البحث ، وتساؤلاته، وأهداف البحث، ومنهج البحث، ومجتمع ، وعينة ، ومفردة البحث، وخطة البحث.

المبحث الأول : واقع رسالة البنك الإسلامى فى الفكر ، والتطبيق الإسلامى، وسيتم من خلال هذا المبحث ، استقراء واقع حقيقة رسالة البنك الإسلامى فى مجال الفكر الادارى العربى المعاصر، وفى مجال التطبيق العملى بالبنوك الإسلامية ، والتحقق من مدى غياب المفهوم العلمى الصحيح للرسالة.

المبحث الثاني: أهمية توافر الرسالة للمنظمة ، وللبنك الاسلامي وفيه نتناول ـ فضلاً عن أسباب تلك الأهمية ـ العوامل الداعية لتزايد الحاجة لوضع ، وتحديد رسالة المنظمة ، أو البنك الإسلامي.

المبحث الثالث: ماهية رسالة المنظمة ، والبنك الإسلامي وفيه نتناول التعريف اللغوى للرسالة فى اللغة العربية، ثم نقوم باستخلاص المفهوم الاصطلاحى للرسالة فى الفكر الإدارى المعاصر، ثم نقوم بمراجعة عناصر هذا المفهوم الاصطلاحى للرسالة للتحقق من عدم تعارض هذا المفهوم مع الشريعة الإسلامية، ومن ثم استخلاص المفهوم الاصطلاحى لرسالة البنك الإسلامى .

المبحث الرابع: العوامل المعيارية المؤثرة على تكوين رسالة البنك الإسلامى: وفيه نتناول أهم العوامل ، ذات التأثير الملموس على عملية تكوين ، وصياغة رسالة المنظمة بشكل عام، ثم التحاكم إلى الشريعة الإسلامية ، بهدف التحقق من عدم تعارض تلك العوامل ، وتوافقها ، مع الشريعة الإسلامية، ومن ثم استخلاص أهم العوامل المؤثرة على تكوين ، وصياغة رسالة البنك الإسلامي.

المبحث الخامس: معايير تقويم رسالة البنك الإسلامى من حيث المضمون:

وفيه نتناول أولاً: معايير تقويم مضمون رسالة المنظمة ، فى الفكر الإدارى المعاصر، ثم نتناول ثانياً: معايير تقويم مضمون رسالة البنك الإسلامي، حيث يتم تحديد العناصر الواجب أن تشتمل عليها رسالة البنك الإسلامى ، على ضوء ما انتهى إليه الفكر الإدارى المعاصر فى هذا الصدد، وذلك على هدى التحاكم إلى الشريعة الإسلامية.

المبحث السادس: معايير تقويم رسالة البنك الاسلامى ، من حيث الصياغة : وفيه نسير على نسق المبحث السابق ، فنتناول فى «أولاً»: معايير تقويم صياغة رسالة المنظمة التى انتهى إليها الفكر الإدارى المعاصر، ثم نتناول فى «ثانياً»: معايير تقويم صياغة رسالة البنك الإسلامى .

خاتمة البحث: أهم النتائج والتوصيات:

وعلى إثر انتهاء ذلك ، سيتم كتابة الصورة الأولية للبحث ، ومناقشتها مع المختصين ، والخبراء، وإجراء التعديلات ، أو التوصيات اللازمة، ثم يلى ذلك القيام بصياغة البحث فى صورته النهائية، ثم كتابته ، ومراجعته.

الفصل الأول

رسالة البنك الإسلامي :
واقعها ، وأهميتها ، وماهيتها

الفصل الأول
رسالة البنك الإسلامي :
واقعها ، وأهميتها ، وماهيتها

المبحث الأول :واقع رسالة البنك الإسلامي فى التطبيق والفكر الإداري

استقراء واقع رسالة البنك الإسلامى ، سواء فى مجال الفكر الإدارى العربى المعاصر، أو فى مجال التطبيق العلمى ، من خلال البنوك الإسلامية، يبين مدى القصور فى هذا الصدد، ونتناول فيما يلى ، عدداً من الشواهد الدالة على ذلك.

أولا: الشواهد الدالة على افتقار الفكر الإدارى العربى المعاصر ، لوجود مفهوم مُحدد لماهية رسالة البنك الإسلامى:

لعل من أبرز الشواهد فى هذا الصدد ، أن المراجع التالية ، قد جاءت خالية من التحديد الواضح ، والمحدد ، لمفهوم ، وماهية رسالة المنظمة بشكل عام ، ورسالة البنك الإسلامى بشكل خاص، فضلاً عن المعايير الخاصة بتقويم تلك الرسالة:

١- د. على السلمى وآخر. سياسات ، واستراتيجيات الإدارة فى الدول النامية. القاهرة: دار المعارف، ١٩٧٣م.

٢- د. على رفاعة الأنصاري. استراتيجية المشروعات (سياسات إدارية)، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٣م.

٣- د. سيد الهواري. مامعنى بنك إسلامي؟ . القاهرة: اتحاد البنوك الإسلامية، ١٩٨٣م- ١٤٠٢هـ.

٤- الموسوعة العلمية ، والعملية للبنوك الإسلامية. القاهرة: اتحاد البنوك الإسلامية، ١٣٩٧- ١٤٠٤هـ.

٥- د. حسن موسى راغب. المبادىء العلمية للسياسات ، والاستراتيجيات الإدارية. القاهر: مطبعة بل برنت، ١٩٩٠م.

٦- د. يوسف حامد العالم. المقاصد العامة للشريعة الإسلامية. هيرندن، فيرجينا: المعهد العالمى للفكر الإسلامي، ١٤١٢هـ- ١٩٩١م.

٧- د. رفاعي محمد رفاعي وآخر. مذكرات فى إدارة الاستراتيجيات. المنصورة : جامعة المنصورة ، كلية التجارة، ١٩٩١م.

وفي المقابل ، نجد أن أستاذي الدكتور/ محمد حسن يس ، كان من أوائل من استخدم هذا المصطلح(١٥)، وكان له فضل توجيهي لاستخدامه ، إبان قيامي بتدريس مقرر «السياسات الإدارية ، واستراتيجيات الأعمال» بالمعهد القومي للإدارة العليا ، في الفترة من ١٩٨٥- ١٩٨٦م، ومن المراجع الحديثة نسبياً ، والأكثر اهتماماً برسالة المنظمة مرجع: (د. اسماعيل محمد السيد. الإدارة الاستراتيجية. الإسكندرية: المكتب العربي الحديث، ١٩٩٠م).

ومن ذلك ، الاستقراء المكتبي للرسالة بصفة عامة ، ولرسالة البنك الإسلامي بصفة خاصة ، لدى رجال الفكر الإداري العربي ، والإسلامي، يتبين مدى القصور في هذا الصدد ومدى حاجة هذا الفكر للاهتمام بتحديد مفهوم ، وماهية رسالة المنظمة، ومن ثم البنك الإسلامي، وكذا معايير تقويمها.

مما لاشك فيه أن الاهتمام ، والتطور ، والنضج الفكري في هذا الصدد، يعتبر ضرورة ملحة وحيوية من أجل نمو ، وارتقاء التطبيق في مجال تحديد ، وصياغة رسالة المنظمات بصفة عامة، ورسالة البنوك الإسلامية بصفة خاصة، وعليه يمكن القول بأن القصور في التأصيل النظري في هذا الخصوص ، يعتبر أحد العوامل الهامة وراء هذا القصور في واقع التطبيق العملي لرسالة البنوك الإسلامية، وسنتناول فيما يلي ، أهم الشواهد الدالة على القصور في التطبيق العلمي.

ثانيا: الشواهد الدالة على افتقار البنوك الإسلامية لوجود رسالة واضحة وموثقة:

لعل من أبرز الشواهد في هذا الصدد ، أن كلاً من البنوك الإسلامة التالية ، قد خلا قانون إنشائها ، ونظامها الأساسي ، من أي ذكر ، أو إشارة- ناهيك عن أي تحديد ، أو توضيح- لرسالة تلك البنوك وهي:

١- البنك الإسلامي للتنمية، حيث خلت اتفاقية إنشائه(١٦)، وكذلك نظامه الأساسي(١٧)، من أي ذكر ، أو اشارة ، لماهية رسالة هذا البنك، بل جاء كلاهما خلوا من أي ذكر لتلك الكلمة.

٢- بيت التمويل الكويتي، حيث خلا المرسوم بتأسيسه وكذا المذكرة الايضاحية، وكذلك وثيقة التأسيس ، ونظامه الأساسي ، كلها قد جاءت خلوا من أي إشارة ، أو ذكر، لرسالة بيت التمويل الكويتي.(١٨)

٣- بنك دبي الإسلامي، حيث خلا المرسوم بتأسيسه هو الآخر ، وكذا عقد تأسيسه ونظامه الأساسي،من أي ذكر ، أو إشارة ، لرسالة هذا البنك(١٩).

٤- بنك فيصل الإسلامي السوداني، حيث خلا قانون إنشائه وكذا نظامه الأساسي، ولوائح ، ونظام الإدارة لهذا البنك من أي إشارة ، أو ذكر ، لرسالة هذا البنك(٢٠).

٥- بنك فيصل الإسلامي المصري، حيث خلا قانون إنشائه هو الآخر، كذا المذكرة الإيضاحية، ونظامه الأساسي، من أي إشارة ، أو ذكر ، لرسالة هذا البنك(٢١).

٦- بنك ناصر الاجتماعي، حيث خلا قانون انشائه، وكذا المذكرة الايضاحية لهذا القانون ، من أي ذكر ، أو إشارة ، إلى رسالة البنك(٢٢).

هذا فضلاً عن اتفاقية إنشاء الاتحاد الدولى للبنوك الإسلامية، فقد جاءت هى الأخرى خالية من أى ذكر ، أو تحديد ، لرسالة الأتحاد ، أو لرسالة البنوك الإسلامية(٢٣).

ويؤكد هذا القصور ، وتشير إليه بوضوح ، نتائج المناقشات التى أسفر عنها المؤتمر العام الثاني للبنوك الإسلامية ، الذى انعقد فى الخرطوم ، فى الفترة من ١٤- ١٦ ربيع الأول عام ١٤٠٩هـ، حيث تشير إلي: «عدم وضوح مفهوم كلمة رسالة» ، أو- على الأقل - عدم اتفاق الجميع على مفهوم موحد لرسالة البنك الإسلامي، وهكذا معنى الكلمة -مجردة وبعيدة عن الاستخدام ، والتطبيق العملى لها- يحيط به الغموض لدى المشاركين فى المؤتمر»(٢٤)، وإن كان يحسب لهذا المؤتمر فضل طرح هذا الموضوع للنقاش، وفضل تقديم بعض التصورات ، والخطوط العريضة ، حول رسالة البنك الإسلامي.

ومن جماع هذا الاستقراء المكتبى لرسالة البنك الإسلامى فى كل من:

١- المجال النظرى من خلال استقراء مواقف ، وكتابات ، رجال الفكر الإدارى العربى ، والإسلامي.

٢- المجال التطبيقى من خلال استقراء مواقف القوانين ، والمراسيم ، واللوائح المتعلقة بالبنوك ، والمصارف الإسلامية.

من هنا يتبين صدق كل من الفرضين : الأول ، والثانى من فروض هذا البحث حيث توافرت الشواهد علي:

١- «أن البنوك الإسلامية موضع البحث- جميعها وليس معظمها- تفتقر لوجود رسالة واضحة ، وموثقة ، ومحددة».

٢- «أن غالبية كتابات رجال الفكر الادارى العربى المعاصر، تفتقد لوجود تحديد واضح لمفهوم ، وماهية ، رسالة المنظمة بشكل عام ، ورسالة البنك الإسلامى بشكل خاص».

وعليه يتبين لنا مدى أهمية ، وضرورة هذا ، البحث ، بدءاً من التأكيد على أهمية توافر رسالة واضحة ، ومحددة، ثم السير قدما فى البحث ، والعمل ، على بلورة مفهوم واضح لرسالة البنك الإسلامي، وكذا ، الوقوف على العوامل المعيارية المؤثرة على تكوين ، وصياغة ، رسالة البنك الإسلامي، وكذلك ، الوقوف على العوامل المعيارية المتعلقة

بتقويم مضمون رسالة البنك الإسلامي، والعوامل المعيارية المتعلقة بتقويم صياغة رسالة البنك الإسلامي، والاستعانة بتلك العوامل المعيارية ؛ لاستخلاص قائمة لتقويم ، وقياس ، مدى فعالية ، وكفاءة ، رسالة البنك الإسلامى ، من حيث الصياغة ، والمضمون ، مستقبلاً.

المبحث الثانى :أهمية رسالة المنظمة ، والبنك الإسلامى

هى أن توافر رسالة واضحة ، ومحددة ، وفعالة ، يعتبر ضرورة من ألزم الضرورات؛ لنجاح أى منظمة من المنظمات ، فى تحقيق غاياتها ، وأهدافها، نظراً لأن توافر تلك الرسالة التى تتميز بالوضوح ، والتحديد ، والفعالية، وتتوافر فيها الاشتراطات ، والعناصر العلمية ، يحقق للمنظمة العديد من الأغراض ، والفوائد. وبالرغم من أن توافر تلك الرسالة يعتبر مطلبًا عامًا لكافة المنظمات فى كافة الظروف ، إلا أن هناك بعض الظروف ، والاعتبارات التى تحيط ببعض المنظمات ، تجعل توافر الرسالة أمراً أكثر ضرورة ، وأهمية، وعليه فنتناول فيما يلى

أولا: الفوائد والمزايا التى تحققها المنظمة من وضع ، وتحديد الرسالة :

١- توحيد ، وتجديد ، الغرض الرئيسى للمنظمة:

إن الغاية الأولى من وضع ، وتحديد رسالة المنظمة ، هو تحديد اتجاه المنظمة، والغرض الرئيسى لأنشطتها ، وتوحيد ، وتجميع جهود كافة المديرين ، والعاملين بالمنظمة ، حول هذا الغرض.

٢- استغلال الموارد المتاحة والاستفادة منها:

حيث تستخدم الرسالة كأساس ، ومعيار ، لتوجيه ، وتخصيص ، وتوزيع المصادر، والموارد المتاحة ، على الاستخدامات ، والقطاعات ، والمجالات المختلفة، وتستخدم كذلك فى تقدير احتياجات المنظمة من الموارد الإضافية ، والحصول عليها فى الوقت المناسب ، وبالتكلفة المناسبة، ومن ثم القدرة على مواجهة أى تغيير ، أو تطوير ، فى مجالات العمل بالمنظمة بنجاح.

٣- بلورة ، وتأكيد مناخ ، وفلسفة العمل بالمنظمة:

حيث تستخدم كنقطة انطلاق ؛ لتأكيد ، وإبراز الطاقات المعنوية الخلاقة بالمنظمة، وذلك من خلال بلورة ، وتأكيد القيم ، والمعتقدات الإيجابية ، المشكلة لمناخ العمل بالمنظمة ، وفلسفتها ، وحضارتها التى بدورها تسهم فى توجيه سلوك الأفراد ، والجماعات بالمنظمة، وتحديد السياسات الإدارية ، والمسئوليات الاجتماعية، تجاه كل من البيئتين : الداخلية ، والخارجية.

٤- توفير الرؤية المستقبلية طويلة الأمد:

حيث توفر الرسالة للمنظمة نقطة انطلاق ، نحو التفكير المستقبلي لها ، والإعداد لهذا المستقبل، وعدم الركون إلى التفكير الحاضر ، والأحداث الجارية فقط، وإنما التفكير كذلك في وضع المخططات ، والخطط ، والسياسات ، والبرامج؛ لتحقيق طموحاتها ، وتطلعاتها المستقبلية ، ومخاطبة الفرص المستقبلية والتعامل مع التهديدات المحتمل مواجهتها في الأمد البعيد.

٥- تحديد مجال أعمال المنظمة:

حيث إن رسالة المنظمة لا يقتصر دورها على تحديد الغرض العام للمنظمة، ولكن يمتد دورها ليشمل تحديداً أكثر تفصيلا لمجال عملها ، وذلك من خلال تحديدها لمجموعات العملاء ، التي ستخدمهم المنظمة والاحتياجات ، التي ستشبعها المنظمة لهؤلاء العملاء.

٦- تركيز ، وتوحيد جهود الأفراد ، وكافة المستويات الإدارية ، حول غرض المنظمة ، ومجموعة أهداف المنظمة:

حيث تسهم الرسالة في تحديد الأهداف الرئيسية التي تسعى المنظمة لتحقيقها، وبوضوح تلك الأهداف لدى كافة العاملين والمسئولين بالمنظمة ، فإنها يمكن أن تسهم في توحيد ، وتنسيق الجهود المطلوبة ؛ لتحقيق تلك الأهداف.

٧- القضاء على الأهداف المتعارضة، أو على الأقل ، الحد منها:

فوحدة الغرض ، والتوجه ، ووضوح الأهداف العامة ، والرئيسية ، يساعد على وضع أهداف وحدات العمل ، والإدارات الرئيسية ، والفرعية في تناسق ، وعدم تعارضها مع بعضها البعض، وكذلك عدم تعارضها مع أهداف أصحاب المصالح الآخرين.

٨- تحديد المجالات العريضة للمسئوليات الوظيفية بالمنظمة، وذلك انطلاقاً من تحديد الأهداف العامه، والأهداف الفرعية المنبثقة منها.

٩- كما أننا نعتقد ، بأن وجود الرسالة الواضحة ، والمفهومة ، والمقبولة ، لدى كافة العاملين بالمنظمة يشكل دافعًا أساسيًا ، وهامًا ، في تحفيز العاملين، وزيادة ولائهم ، وزيادة كفاءة ، وفعالية أدائهم ، بتلك المنظمة، نظراً لأن تلك الرسالة تزود العاملين برؤية مستقبلية واضحة المعالم ، وبأهداف ذات مغزى، ودلالة مفهومة ، ومقبولة ، على خلاف ماتوفره الأهداف الوظيفية قصيرة، الأجل في ظل الأخذ بسياسة التخصص ، وتقسيم العمل.

١٠- ونعتقد كذلك ، أن رسالة المنظمة ـ في إطار عملية التخطيط الاستراتيجي ـ تتيح للمنظمة القدرة على تطوير ، وتعديل أوضاعها ، وظروفها بكفاءة، وفعالية ، وفي

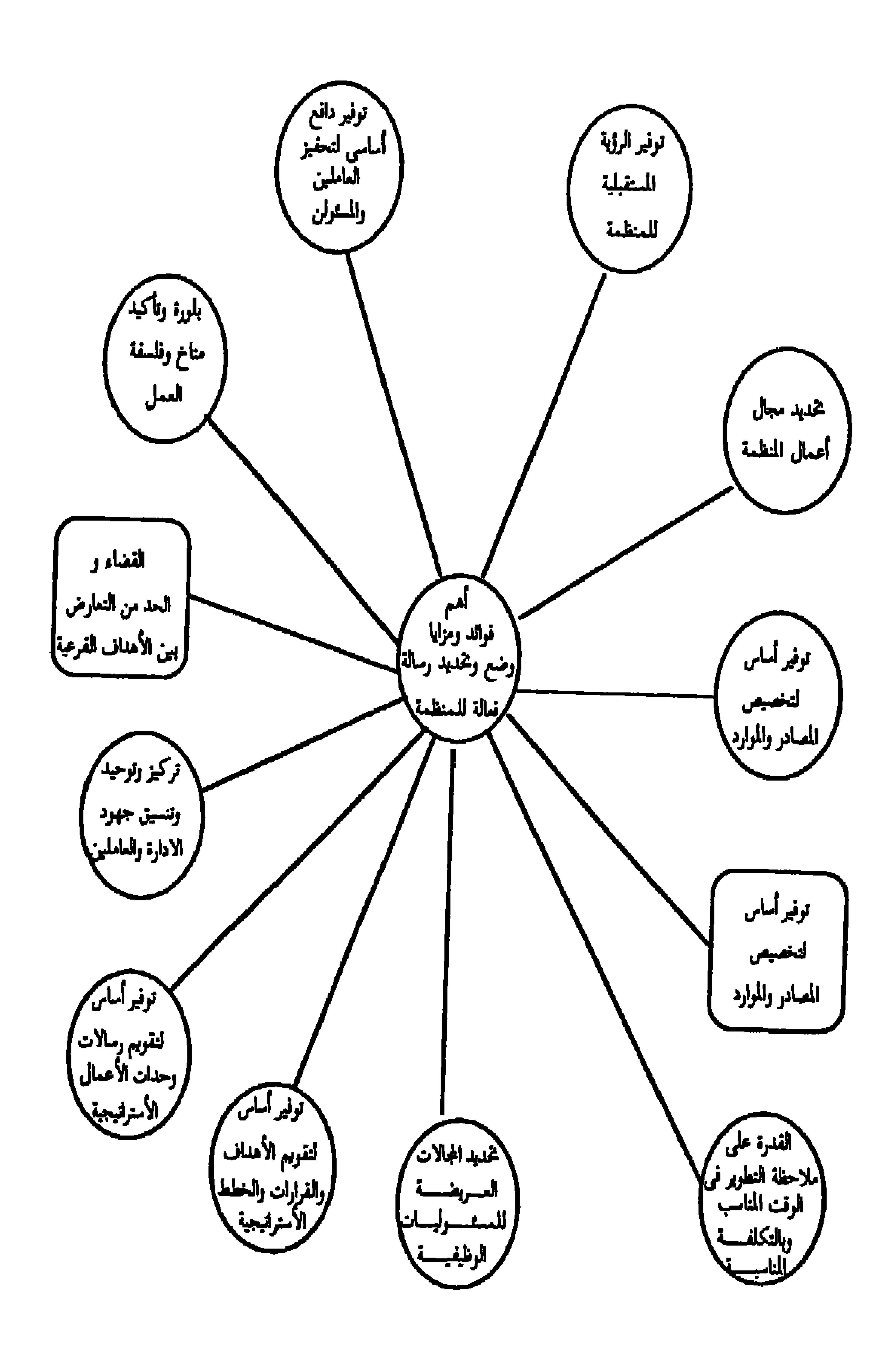
الوقت المناسب ، وبالتكلفة المناسبة ، بما يمكنها من مواجهة التغيرات البيئية ، والتكنولوجية ، والتسويقية ، واستثمار الفرص المتوقعة ، والحد من آثار المخاطر ، والتهديدات المحتملة.

١١- وتستخدم كذلك رسالة المنظمة ، فى تقويم الأهداف ، والقرارات الاستراتيجية ، والخطط ، والبرامج الاستراتيجية ، فكل هذه الأمور ، لابد أن تنبثق ، وتتفق ، وتتوافق ، مع رسالة المنظمة.

١٢- وتستخدم رسالة المنظمة فى تقويم رسالة وحدات الأعمال الاستراتيجية، والقطاعات الوظيفية الرئيسية بالمنظمة، فهذه أيضاً - كسابقتها - يجب أن تنبثق ، وتتفق ، وتتوافق، مع رسالة المنظمة[٢٥].

شكل رقم (١)

أهم فوائد ، ومزايا ، وضع ، وتحديد ، رسالة فعالة للمنظمة



ثانيا: عوامل تزايد أهمية ، وضرورة رسالة المنظمة:

ومع تلك الأهمية البدهية التى للرسالة، فإن هناك عوامل ، ومعطيات بيئية داخلية ، وخارجية ، تزيد من أهمية وجوب توافر رسالة واضحة ، وفعالة ، ومحددة للمنظمة من ناحية، وكذلك تزيد من أهمية المراجعة ، والتقويم ، والفحص الدورى ـ على فترات متقاربة نسبياً ـ لرسالة المنظمة، وتوجب كذلك المراجعة، والتقويم الطارىء للرسالة عند ظهور ، وتوافر الدواعى ، والأسباب ، التى تستوجب ذلك، ومن ثم التحقق ، من مدى كفاءة ، وفعالية رسالة المنظمة.

وسنتناول فيما يلى ، أهم تلك العوامل ، والأسباب ، والمعطيات ، التى تزيد من أهمية وجوب توافر الرسالة الفعالة ، ومن أهمية المراجعة ، والتقويم ، والفحص الدورى للرسالة، وكذلك من أهمية المراجعة ، والتقويم الطارىء لرسالة المنظمة. ثم نتناول بعد ذلك ، أسلوب استجابة المنظمة ، ومواجهتها لتلك العوامل ، والمتغيرات.

أهم عوامل تزايد أهمية ، وضرورة رسالة المنظمة(٢٦):

١- حدوث تغيرات جوهرية فى البيئة الخارجية للمنظمة ، وخاصة:

١/١: التغيرات فى البيئة الاقتصادية العامة.

٢/١ التغيرات فى البيئة التكنولوجية العامة:

٣/١: التغيرات فى البيئة التشريعية، فضلاً عن التغيرات الجوهرية فى النظم ، واللوائح ، والإجراءات الحكومية.

٤/١: التغيرات فى البيئة العقائدية ، والأيديولوجية ، مثلما حدث فى إيران.

٥/١: التغيرات فى البيئة السياسية ، مثلما حدث مؤخراً فى الاتحاد السوفيتي.

٦/١: التغيرات فى البيئة السكانية ، والثقافية ، والحضارية.

٢- حدوث تغيرات جوهرية فى البيئة الوسطى للمنظمة ، وخاصة:

١/٢: التغيرات فى بيئة المنظمات المنافسة، كخروج ، أو دخول ، بعض المنافسين الأقوياء.

٢/٢: التغيرات فى بيئة المنظمات الموردة «الموردين».

٣/٢: التغيرات فى بيئة المنظمات المستوردة «العملاء والمستهلكين».

٤/٢: التغيرات الجوهرية الأخرى ، فى طبيعة ، وظروف تلك البيئة.

والمقصود بالبيئة الوسطى ، هى تلك البيئة ، التى ينتمى إليها مجال عمل المنظمة، مثال ذلك:

-البيئة الصحية بالنسبة لإنشاء ، أو إدارة مستشفى.

- البيئة التعليمية بالنسبة لإنشاء ، أو إدارة جامعة.

- البيئة الاقتصادية بالنسبة لإنشاء بنك ، أو منشأة تجارية.

- البيئة الصناعية بالنسبة لإنشاء مجمع صناعي.

- البيئة الزراعية بالنسبة لإنشاء مزرعة محمية.

٣- حدوث تغيرات جوهرية فى البيئة الداخلية للمنظمة ، و- خاصة - التغير الجوهرى فى:

٣/١: تكوين الهيئة الإدارية ، و- خاصة - متخذى القرارات الرئيسية ، والإدارة العليا بالمنظمة.

٣/٢: تكوين ، وتشكيل المؤسسين ، والمنظمين للمنظمة «الملاك».

٣/٣: تكوين ، وتشكيل جماعات الضغط ، ومراكز القوى الرئيسية داخل المنظمة.

٣/٤: حجم ، ونوعية الموارد المادية ، والمالية ، والبشرية المتاحة المنظمة.

٤- عدم وضوح طبيعة مهام ، وعمل المنظمة ، بالنسبة للعاملين بها ، والمتعاملين معها ، وتفشى ظاهرة الأهداف الفرعية المتعارضة.

٥- عدم وضوح هوية المنظمين ، والمؤسسين للمنظمة، فالمؤسس - لأى منظمة عندما يكون علَماً ، وثقة تكون حاجة المنظمة لوجود رسالة واضحة ، ومعلنة أقل - مع أهمية وجودها - وعندما يكون هذا المؤسس مجهول الهوية بالنسبة للمجتمع ، والعملاء ، والموردين ، وغيرهم ، تتزايد حاجة المنظمة لوجود رسالة واضحة ، ومعلنة ، وتصبح أمراً حيوياً.

٦- تزايد حدة ، وقوة المنافسة بشكل عام[٢٧]:

والمنافسة قد تكون من السوق الداخلية، وقد تتأتى من السوق الخارجية، عن طريق التغلغل ، والاستحواذ على المنظمات الوطنية المنافسة الضعيفة - كخطوة أولى - ثم توفير عناصر القوة لها ، والمنافسة بها على السوق الداخلية.

وكذلك قد تمتد المنافسة ، وتتزايد حدتها فى مجال المنتجات الوظيفية البديلة المستحدثة، حيث تتأتى المنافسة من قبل منظمات ، تقدم منتجات بديلة ، ومستحدثة ، تؤدى ذات الوظائف التى تؤديها المنتجات الحالية لعدد من المنظمات، وعدم الانتباه والاهتمام بهذا الوافد القادم ، قد يُسفر عن خروج المنظمات التى تقادمت منتجاتها . يستوى فى ذلك القوى منها ، والضعيف ، مثال ذلك: المنظمات التى نجحت فى تقديم أجزاء بلاستيكية ، حلت بكفاءة محل الأجزاء المعدنية فى السيارة ، والتى كانت تنتجها منظمات أخرى .

٧- الارتفاع الكبير في تكلفة الحصول على المصادر ، والموارد ، ومستلزمات الإنتاج[٢٨]. ولا شك أن ذلك يعود بصفة أساسية ، لتزايد ندرة الموارد بشكل عام، مما يستوجب دقة ، وحسن الاختيار ، لمجالات العمل ، والاتجاه نحو البحث عن مجالات العمل التى توفر للمنظمة قوة ، وتميزاً نسبياً فيها عن غيرها من المنظمات.

٨- الانخفاض الكبير فى تكلفة الحصول على المصادر ، والموارد ، ومستلزمات الإنتاج؛ نتيجة اكتشاف مصادر جديدة ، أو التوصل إلى ابتكارات ، أو وسائل تكنولوجية جديدة، ولاشك أن توافر هذا العامل ، يجعل فى مقدور المنظمة، الدخول فى مجالات عمل جديدة ، كانت تكلفة الدخول فيها من قبل ، تفوق الطاقات المالية للمنظمة.

٩- عند حدوث تغير ملحوظ فى مستويات طموح ، وتطلعات المديرين بالمنظمة، و- خاصة - مستويات الإدارة العليا، وذلك على ضوء تقويمهم ، ومراجعتهم للخبرة المكتسبة من استقراء مستويات الأداء الفعلى للمنظمة، والمنظمات المنافسة فى الماضى ، والحاضر[٢٩].

١٠- عند حدوث تغير ملحوظ ، وجوهرى فى دورة حياة المنتجات الرئيسية التى تنتجها المنظمة، فقد يطرأ فى البيئة الداخلية ، أو الخارجية ، مايؤثر على الامتداد الزمنى لمزيج المنتجات- أو بعض عناصر هذا المزيج- بالطول ، أو القصر ، خلافاً لما سبق تقديره ، أو التخطيط له[٣٠].

أسلوب مواجهة المنظمة لهذه العوامل ، والمتغيرات:

ولاشك أن تلك العوامل ، والمتغيرات الجوهرية ، تستوجب قيام المنظمة بالآتى:-

١- ضرورة المبادرة الفورية بمراجعة ، وتقويم رسالة المنظمة -فى حالة تواجدها- والعمل على إعادة تشكيلها ، وصياغتها ، أو تحويرها ، وتطويرها ، إذا تطلب الأمر ذلك، أو المبادرة بوضع رسالة للمنظمة ، فى حالة عدم تواجد تلك الرسالة ، بحيث تستجيب ، وتتوافق مع تلك العوامل ، والتغيرات.

٢- ضرورة التقويم ، والفحص الدورى للرسالة ، بهدف التحقق من استمراركفاءة، وفعالية الرسالة ، وتوافقها مع الظروف ، والمتغيرات المحيطة، ويجب أن تتم تلك المراجعة ، وهذا التقويم الدورى ، على فترات مناسبة، تتناسب مع الامتداد الزمنى لدورة حياة المنظمة. وفى هذا الصدد يجب التأكيد على :

١-تحفظ الباحث على موقف البعض المعارض ؛ لوجود مدى زمنى محدد لحياة المنظمة ، والذى يرى أن بقاء المنظمة Survival ، واستمرارها ، غاية فى حد ذاته[٣١]. فالقول بأن المنظمة وجدت لتوجد ، فقط "It Exists Merely to Exist" قول مغلـــوط ، ويتنافى مع وظيفة ، وطبيعة ، ودور الرسالة، فالمنظمة وجدت

لأداء رسالة وظيفية ، ودور فى المجتمع، واستمرار بقائها مرهون باستمرار قيامها بهذه الرسالة ، أو هذا الدور ، وتلك الوظيفة، وبانتهائها من تحقق رسالتها ، ينتهى دورها ، وينتهى مبرر استمرار وجودها. وهذا الامتداد الزمنى لدورة حياة المنظمة من الأمور التقديرية ، التى تؤخذ فى الاعتبار ، عند تحديد رسالة ، واستراتيجية المنظمة ، وتعتبر من مهام فريق الإدارة العليا المسئول عن وضع ، وتحديد الرسالة ، والاستراتيجية.

٢- أن الامتداد الزمنى لدورة حياة المنظمة ، والمرهون برسالة المنظمة ، هو من الأمور النسبية التى تختلف من منظمة إلى أخرى ، وذلك بحسب طبيعة مجال عمل المنظمة، وكذلك بحسب مدى استقرار بيئة ، المنظمة وذلك بشكل عام، وبناء على ذلك ، فان الباحث ، يتحفظ على ما يراه البعض من تحديد مدى زمنى محدد للرسالة ، وللخطط الاستراتيجية(٣٢)، فهذا المدى من الأمور النسبية ، التى تختلف من منظمة إلى أخرى، فقد يقتضى تحقيق رسالة منظمة من المنظمات عشرة أشهر، بينما منظمة أخرى قد يقتضى تحقيق رسالتها، عشرات السنين ، وعليه ، فيختلف الامتداد الزمنى لدورة حياة كل منها تبعاً لذلك.

هذا عن أهمية رسالة المنظمة وعوامل تزايد أهميتها، فماذا عن تزايد أهمية رسالة البنك الإسلامى ؟

ثالثا: عوامل تزايد أهمية رسالة البنك الإسلامي:

بدايةً ، فان البنك الإسلامى هو منظمة ، ومن ثم ، فان توافر الرسالة الفعالة، يعتبر بالنسبة له من الأمور الهامة ، والضرورية ، شأنه فى ذلك شأن أى منظمة أخري، نظراً للمزايا ، والأهداف التى يحققها توافر الرسالة للمنظمة ، والسابق الإشارة إليها، وكذلك فإن البنك الإسلامي- شأنه كأى منظمة من المنظمات- عرضة لأن يواجه الكثير من المتغيرات ، والتحديات ، التى تزيد من أهمية ، وضرورة وجود رسالة فعالة ، بل إنه بالفعل يواجه الآن- ومنذ نشأته- عدداً من تلك التحديات ، والمتغيرات ، والمتعلقة بطبيعة توجهه العقائدي، وكتجربة فريدة ، ورائدة فى مجال المعاملات بصفة عامة وفى مجال العمل المصرفى ، والتنمية ، والاستثمار، بصفة خاصة، ولدى الكثيرين فى الداخل ، والخارج الكثير ، والكثير من علامات الاستفهام حول البنك الإسلامي.

ومن هنا ، تزايد أهمية توافر الرسالة الواضحة ، والمحددة ، والفعالة ، التى تجيب على تلك التساؤلات. ولدى البعض الآخر الكثير من الشكوك ، والمخاوف، والتحفظات ، على تلك التجربة الرئدة فى مجال العمل المصرفى ، والاستثمار، والتنمية، و- خاصة - فيما يتعلق بتوجهها العقائدي. وعلى رسالة البنك الإسلامى أن تتصدى لتلك التحديات ، والتحفظات ، التى لدى البعض، وأن تستجيب ، وتجيب ، على تلك التساؤلات التى لدى البعض الآخر.

ويرى الباحث أن أهم تلك المتغيرات ، والتحديات ، والعقبات التى تعترض قيام، ونشأة البنك الإسلامى بصفة خاصة ، وأى منظمة إسلامية بصفة عامة ، هو «التوجه الإسلامي» للبنك- وبغض النظر عن حقيقة التقويم الموضوعى للغايات السامية ، التى تسعى لتحقيقها تجربة البنوك الإسلامية للمجتمع ، وللإنسان المسلم خاصة، ولكافة المجتمعات ، وللإنسانية وللإنسان ، بصفة عامة ـ والتساؤل هو : لماذا هذا التحفظ على التوجه الإسلامى للبنك الاسلامي؟!

لعل من أهم العوامل وراء هذا التحفظ على البنوك الإسلامية:

١ ـ عدم الفهم الصحيح للإسلام ، وللشريعة ، والمنهاج الإسلامى، وخاصة فيما يخص :

١/١: عدم المعرفة بسماحة تلك الشريعة الغراء ، وتوجهها الإنسانى العام ، وحرصها على دعم السلام ، وحقوق الانسان ـ كل إنسان فى كل زمان، ومكان ـ ولا شك ، أن محاولة البعض ، الربط بين الإسلام ، والارهاب ، افتراء ظالم، والمسلم الحق يقرأ فى كتاب الإسلام -الذى لا يأتيه الباطل من بين يديه ، ولا من خلفه.. «من قتل نفسا بغير نفس أو فساد فى الأرض فكأنما قتل الناس جميعا ...»(٣٣) والبون شاسع بين الإرهاب الذى يرفضة الإسلام، والجهاد بالمال ، والنفس من أجل محاربة الأعداء (٣٤)، والحفاظ على الدين ، والنفس ، والعقل ، والنسل ، والمال ، والذى تقره كافة الشرائع الدينية ، حتى القوانين ، والأعراف الوضعية.

٢/١: عدم الفهم الصحيح للإسلام، من جانب بعض المنتسبين للإسلام ، وجمود وتطرف ، وانحراف أفكارهم ، بفعل التقصير ، والتغرير ، والتضليل.

٣/١: الفهم الخاطيء لدور الإسلام فى تنظيم حياة الإنسان ، والظن الخاطيء بأن الإسلام جاء بالعبادات ، وللعبادات ، وأنه قد جاء مستهدفاً للدار الآخرة فقط. والحقيقة أن الإسلام قد جاء لتنظيم حياة الإنسان ، فى عالم الشهادة من منطلق كون الحياة الدنيا هى دار العمل ، والجد ، والسعى ، والجهاد، والمجاهدة، ومن ثم ، فهى مناط التنظيم ، وتحكيم الشريعة ، والمنهج الاسلامي، وأن الحياة الأخرى الحقيقية هى بالدار الآخرة ، حيث الثواب الأوفى ، والجزاء الحقيقى على عمل الانسان ، وسعية ، وكده ، وجهاده فى حياته الدنيا.

٢- تخوف بعض القادة ، والحكام فى بلاد الأمة الإسلامية، وتحفظهم على التوجيه الإسلامي(٣٥)، لأى منظمة ، أو تنظيم، وقد يكون ذلك من منطلق أن لهؤلاء القادة ، والحكام أفكاراً ، وأراءً تتعارض مع الشريعة الإسلامية، وقد يكون ذلك نتاج فكر ، أو تفسير ، أو تأويل خاطئ للشريعة الإسلامية ، وقد يكون هذا التحفظ من منطلق

الخشية على التجربة الإسلامية ، والتوجه الإسلامى ، مع تواجد العديد من الضغوط الدولية ، والتيارات ، وقوى الضغط، وجماعات التأثير العالمية المعادية للإسلام.

٣- التغريب ، والانقياد للحضارة الغربية(٣٦)، حيث الانبهار بالفكر الغربى فى مجال التقنية ، والحضارة المادية، ومحاولة الربط بين هذا التقدم التقني، والحضارى فى مجال العلوم ، والظواهر الطبيعية ، وبين ثقافة ، وقيم، ومعتقدات ، وحضارة الغرب فى مجال العلوم ، والظواهر الاجتماعية ، ويرى البعض أن هناك قوى ، تسعى لنقل المسلمين من العقلية الإسلامية ، إلى العقلية الغربية ، خلال فترة من الزمن(٣٧).

٤- الموقف السلبى لقطاع كبير من وسائل الإعلام تجاه التوجه الإسلامي، بل إن البعض منها يعمد للترويج للعلمانية الغربية، والتحفظ على الأصالة ، والعقيدة، والأخلاق الإسلامية ، سواء بطريق التلميح ، أو التصريح.

٥- الموقف السلبى للأسرة ، والمدرسة من تنشئة النشيء تنشئة إسلامية، بل إن الكثير من الأسر فى بعض الدول الإسلامية ، يحثون أولادهم على تعلم الثقافة الغربية ، وإتقان اللغات الأجنبية ، وإهمال اللغة العربية ، وازدرائها ، ويعدون ذلك آية على التحضر ، والتقدم!!

هذا فضلاً عن العديد من التحديات ، والعقبات ، التى تضعها ، وتثيرها المجامع، والجمعيات ، والمحافل المشبوهة ، والجامعات ، والمدارس الأجنبية ، وجماعات التبشير ، فى وجه التوجه الإسلامى .

ويرى الباحث أن من أهم العوامل ، التى أدت إلى فشل شركات توظيف الأموال فى ج. م. ع. ، والقضاء عليها فى مهدها ، هو فشل تلك الشركات فى توفير الرسالة الواضحة ، والمحددة ، والفعالة التى تجيب على كافة التساؤلات المثارة حول تلك التجربة، والتى تستجيب ـ فى ذات الوقت ـ لكافة التحديات ، والعقبات، والمتغيرات المحيطة بتلك التجربة داخلياً ، وخارجياً.

ومن ثم ، فإن الباحث يهيب بالمسئولين عن البنوك الإسلامية ، بضرورة التنبه لهذه العوامل ، والمتغيرات ، والتحديات الداخلية ، والخارجية ، وضرورة استجابة الرسالة لهذه العوامل ، والتحديات.

ومما لاشك فيه ، أنه على قدر عظم ، وخطورة تلك التحديات ، والمتغيرات، والعقبات التى تواجه البنوك الإسلامية، على قدر ما تتزايد أهمية وجود رسالة واضحة ، ومحددة ، وفعالة ، قادرة على الإجابة على كافة التساؤلات، وقادرة على الصمود ، ومواجهة كافة تلك العقبات والتحديات ، ومن ثم ، تزايد أهمية التقويم المستمر لتلك الرسالة، ومن ثم ، أهمية الوقوف على العناصر المعيارية ، والأسس العلمية المتعلقة بتقويم الرسالة، وسيتم تناول تلك الجوانب فى الجزء التالى .

المبحث الثالث : ماهية رسالة البنك الإسلامي :

تبين من الجـزء السابق ، مدى افتقار البنوك الإسلامية لتوافر رسالة واضحة، وموثقة ، تحدد في وضوح ماهية الغايات السامية ، التي تميز تلك البنوك عن غيرها من البنوك غير الإسلامية ، وكيف أن الفكر الإداري العربي المعاصر شاركها في ذلك الافتقار ، والقصور، وليس الأمر مجرد كلمات، فإن الكلمة في هذا المجال ، إن هي إلا رمز ، يحمل معنى ، ومعاني، ويؤكد ، ويبرر ، اتجاهات ، وتوجهات.

والذي يستلفت النظر ، أن الفكر الاداري المعاصر (الغربي) ، قد تبلور لديه اتجاه واضح ، ومحدد إزاء استخدام كلمة «Mission» أي : الرسالة ، للاشارة ، والدلالة على المعنى الاصطلاحي المحدد ، والمميز للهدف التنظيمي الأعلي، وفي المقابل نجد في العالم العربي ، والإسلامي في مجال كل من البنوك الإسلامية ، والفكر الإداري العربي ، نجد تجاهلاً لكل من الكلمة ، والمصطلح التي تشير إليه تلك الكلمة ، واستعيض عنها بكلمات أخرى ، كالأغراض ، والأهداف، التي لها دلالات ، ومعانٍ اصطلاحية ، تختلف عن الدلالات ، والمعنى الاصطلاحي للرسالة.

والغريب في الأمر ، أن هذا الموقف المتجاهل لكلمة الرسالة ، يحدث بالرغم من المكانة التي تحتلها كلمة الرسالة في الإسلام، ويكفي أنها ذكرت ، وتخريجاتها اللغوية في القرآن الكريم ٢٢٦ مرة! ويكفي أيضاً أنه في المقابل ـ لم يرد ذكر أي من الكلمات البديلة ـ كالأغراض ، والأهداف ـ ولو مرة واحدة في القرآن الكريم[٣٨].

ومن هنا ، فالاسترشاد في هذا الصدد بكل من:

١ ـ التعريف اللغوي للرسالة في اللغة العربية.

٢ ـ المفهوم الاصطلاحي للرسالة في الفكر الإداري المعاصر ـ شريطة ألا يكون هناك أي تعارض بين المفهوم الاصطلاحي لرسالة البنك الإسلامي المستخلص من هذين المصدرين ، وبين أصل ، أو نص من أصول ، أو نصوص الشريعة الإسلامية ـ وذلك بهدف استخلاص المفهوم الاصطلاحي لرسالة البنك الإسلامي.

أولا: ماهية ، وتعريف الرسالة في اللغة العربية:

الرسالة في اللغة ما يُرسل ، والرسالة في اللغة : الخطاب المرسل إلى جماعة (أو فرد)[٣٩].

ورسالة الرسول: دعوته الناس إلى ما أُوحي إليه، ورسالة المصلح: ما يتوخاه من وجوه الإصلاح[٤٠].

وأرسله في رسالة فهو : مُرسَل ، ورسول[٤١]

والرسالة فى الدين: هى مرتبة من أعلى مراتب النبوة، لأن كل رسول نبي، وليس كل نبى رسولاً[٤٢]، ويرى البعض الآخر ، أن كل رسول نبى ، وكل نبى رسول[٤٣] ونحن نتساءل فى هذا الصدد: لمَ لا تكون النبوة مرحلة أولي، تليها الرسالة فى مرحلة تالية، ومع ذلك ـ وسواء صح هذا ، أو ذاك ـ فمما لا شك فيه، أن الرسل هم صفوة البشر ، وقد اختارهم الخالق سبحانه عن علم ، وأوحى إليهم ، وشرفهم بحمل الرسالة إلى البشر.

والرسالة التى أرسل الله بها الرسل جميعاً ـ على علو شأنها، وخطورة أمرها ـ تتميز بالبساطة ، وعدم التكلف والتعقيد ، ومسايرة الفطرة ، ومخاطبة الناس على قدر عقولهم[٤٤] ، كما تتميز رسالة الرسل ، بأنها ذات هدف واضح ، وغاية نبيلة[٤٥].

والرسالة فى الاسلام ، تشير إلى أمر من أجل الأمور ، وغاية من أعظم الغايات، وأنها دعوة إلى الخير ، وسعادة الإنسان، وأنها تتميز بسمو الغاية ، وعلوها ، وبونها كافة الغايات ، والأهداف.

والرسالة «هى المقياس الثابت المطلق الوحيد، وهى مصدر التصور الصادق الكامل الشامل لحقيقة الوجود كله ، ولغاية الوجود كله ، ومن هذا التصور يمكن أن ينبثق المنهج الوحيد الصحيح، ومنهج الرسالات هو : المنهج المستمد من خالق الوجود[٤٦].

فإذا كانت تلك هى مكانة الرسالة ـ كغاية ، وهدف من أسمى الغايات، والأهداف ـ فلمَ الإعراض عن استخدامها فى مجال الإشارة إلى الغايات ، والأهداف العليا، والاستعاضة عنها بغيرها من الكلمات ، والعبارات ، كالأغراض، والغايات، والأهداف العامة، والأهداف الرئيسية ، والأهداف الاستراتيجية.. إلخ؟!

وفى هذا الصدد تجدر الإشارة إلي[٤٧] أن كلمة «رسول» ، قد ورد ذكرها فى القرآن الكريم ١١٦ مرة، وأن كلمة «رسولاً» ، قد ورد ذكرها فى القرآن الكريم ٢٣ مرة، وأن كلمة «رسوله» ، قد ورد ذكرها فى القرآن ٨٤ مرة، وأن كلمة «رسالة» ، قد ورد ذكرها فى القرآن الكريم مرة واحدة، وأن كلمة «رسالات» ، قد ورد ذكرها فى القرآن الكريم ٥ مرات.

وفى المقابل ، لم تذكر كلمة هدف ، أو أهداف ، ولو لمرة واحدة فى القرآن الكريم ، وكذلك كلمة غرض ، أو أغراض ، وكلمة غاية ، أو غايات.

وهنا يثور التساؤل: لمَ الاصرار على تجاهل كلمة الرسالة فى الكتابات الإدارية العربية؟ وإذا جاز هذا ، فلمَ تجاهلها فى مجال الكتابات الإدارية الإسلامية عن البنوك

الإسلامية وغيرها من المنظمات الإسلامية، وخاصة أن معظم المراجع الإنجليزية الحديثة ـ كما تبين لنا من هذا البحث ـ تستخدم كلمة «mission» ، وهى تقترب فى معناها إلي حد كبير ، مع المعنى اللغوى ، لكلمة رسالة فى اللغة العربية؟!

وفى هذا الصدد ـ وعلى هدى الاستضاءة بهذا التناول اللغوى والدينى للرسالة- يتضح أن الرسالة هنا تتعلق بالأمور التالية:

١ ـ أنها بمثابة مرتبة من أعلى المراتب، وغاية من أسمى الغايات.

٢ ـ أنها بمثابة دعوة إلى كافة وجوه الاصلاح ، والخير.

٣ ـ أنها بمثابة المقياس الثابت المطلق الوحيد ، ومصدر التصور الصادق الكامل الشامل للحقيقة ، والغاية من الوجود.

٤ ـ أنها مصدر المنهج المستمد من خالق الوجود.

وبالقياس على ذلك ، يمكن النظر إلى رسالة البنك الإسلامى على أنها تنطوى على العناصر التالية:

١ ـ أنها بمثابة الغاية النهائية ، والأساسية للمنظمة.

٢ ـ أنها بمثابة مصدر القياس ، والتقويم الشامل ، والكامل للمنظمة.

٣ ـ أنها بمثابة مصدر كافة الأهداف ، والخطط بالمنظمة.

هذه بعض ملامح رسالة البنك الإسلامى المستخلصة من تلك التعريفات ، والتناول اللغوى ، والدينى للرسالة. فماذا عن الكلمة الدالة على المفهوم الاصطلاحى فى الفكر الإدارى المعاصر؟ وماذا عن المفهوم الاصطلاحى لرسالة البنك الإسلامى على ضوء ما سبق؟

ثانيا: ماهية الكلمة الدالة على الرسالة فى الفكر الإدارى المعاصر:

إن الرسالة التنظيمية Organizational Mission لأى منظمة ، تقع فى قمة التدرج الهرمى للأهداف بالمنظمة(٤٨) من منطلق كونها العنصر الأساسي، والمحورى لعملية التخطيط الاستراتيجي ، والإدارة الاستراتيجية ، والتى منها تنبثق كافة الأهداف التنظيمية للمنظمة (٤٩). وبالرجوع إلى موقف الفكر الإدارى المعاصر فيما يتعلق بالكلمة الدالة على مفهوم هذا المصطلح الهام ، نجد بعض التباين، والاختلاف فى هذا الصدد ، وذلك من خلال استقراء التدرج الهرمى للأهداف والكلمة الدالة على قمة الأهداف التنظيمية بالمنظمة لدى هذا الفكر، ومن الشواهد على ذلك:

١ ـ أن كـلاً من (Steiner & Miner, 1977.) ، قد استخدما عبارة -Company Mis sions ، للدلالة على المفـهـوم الاصطلاحي للهـدف الأعلى من سلسلة الأهداف التنظيمية لديها.(٥٠).

٢ ـ أمـا كل من (Bates & Eldredge, 1980.) ، فقد استخدما عبارة Gools في هذا الصدد (٥١).

٣ ـ أن كـلاً من (Thompson & Strickland, 1980.) ، قد استخدما عبارة purpose and mission للدلالة على المفهوم الاصطلاحي للهدف الأعلى من سلسلة الأهداف التنظيمية لديهما (٥٢)

٤ ـ أما (Koontz & Others, 1980.)، فقد استخدموا عبارة -Purpose andMissi nos ، للدلالة على هذا المصطلح(٥٣)

٥ ـ أن (Radford, 1980.) ، استخدم عبارتي Economic Mission, Organizational Missions في هذا الصدد (٥٤).

٦ ـ أما (Touraneau, 1981.) فقد استخدم في هذا الصدد عبارة -Charter of objec tive (٥٥).

٧ ـ أن (Rowe & Others, 1985.) ، قد تضمن هرم الأهداف المتدرجة لديهم القيم التنظيمية ، فضلاً عن الأهداف التنظيمية، ووضعوا القيم والأغراض التنظيمية في قمة الهرم، واستخدموا عبارة Grand Strategy ، وقصدوا بها رسالات ، وأغراض المنظمة Its Missions & purposes للدلالة على المفـهـوم الاصطلاحي للهـدف التنظيمي الأعلى (٥٦)

٨ ـ أما كل من (Pfeiffer, Goodstine & Nolan,1986.) ، فقد استخدموا عبارة The Mission للدلالة على مـفـهـوم الهـدف التنظيـمي الأعلى من سلسلة الأهداف التنظيمية لديهم(٥٧).

٩ ـ أن كـلاً من (Rue and Holland 1986.) قد استخدما عبارة"Organizational Mission"للدلالة على هذا المصطلح (٥٨).

١٠ ـ أن (Greeneley, 1989.) قـد جـمع هرم الأهداف لديه بين كل من الأهداف الشخصية للملاك ، والأهداف التنظيمية ، ووضع الأهداف ، والمقاصد الشخصية للملاك في قمة هرم الأهداف ، ثم استخدم عبارة (Organization Mission) ، للدلالة على مفهوم الهدف التنظيمي الأعلى ، والتالي لهدف الملاك(٥٩).

١١ ـ وكذلك استخدم كل من (Certo & Peter, 1990.) عبارة"Organization Mission" للدلالة على مفهوم الهدف التنظيمى الأعلى من سلسلة الأهداف التنظيمية لديها..(٦٠)

ومن هذا الاستقراء المكتبى ، لمواقف الفكر الادارى المعاصر ، فيما يتعلق بالكلمة الدالة على المفهوم الاصطلاحى للهدف التنظيمى الأعلى من سلسلة الأهداف التنظيمية، والدالة على مفهوم الرسالة يتضح الآتي:

١ ـ أن هناك عديداً من العبارات ، أو الكلمات ، قد استخدمها الفكر الإدارى المعاصر للدلالة على مفهوم الهدف التنظيمى الأعلى ، أى الرسالة وهي:

١/١: عبارة "Company Missons" ، وقد تكرر استخدامها فى هذا الاستقراء فى مرجع واحد.

١/٢: كلمة Goals ، وتكرر استخدامها في مرجع واحد أيضاً.

١/٣: عبارة "Purpose and Mission"، وتكرر استخدامها فى مرجع واحد.

١/٤: عبارة "Purpose and Missons"، وتكرر استخدامها فى مرجع واحد.

١/٥: عبارة "Economic Mission"، وتكرر استخدامها فى مرجع واحد.

١/٦: عبارة "Organizational Missions" ، وتكرر استخدامها فى مرجع واحد.

١/٧: عبارة "Charter of objectives"، وتكرر استخدامها في مرجع واحد.

١/٨: عبارة ""Grand Strategy" وتكرر استخدامها فى مرجع واحد.

١/٩: عبارة "The Mission" ، وتكرر استخدامها فى مرجع واحد.

١/١٠: عبارة "Organizational Missions" ، قد تكرر استخدامها فى ثلاثة مراجع.

٢ ـ أن الغالبية العظمى من رجال الفكر الإدارى المعاصر ، الذين أشرنا إلى مراجعهم فى هذا البحث ، قد استخدموا كلمة "Mission" ، إما صراحة ، أو ضمنا مفردة ، أو مضافة لكلمات أخرى ، وذلك للدلالة على المفهوم الاصطلاحى للرسالة «الهدف التنظيمى الأعلي».

٣- أن المراجع الأحدث نسبيا ، قد تبلور لديها اتجاه واضح نحو استخدام كلمة "Organizational Missions" ، للدلالة على المفهوم الاصطلاحى للرسالة التنظيمية للمنظمة.

وبناءاً على ما سبق ، يمكن أن نخلص إلى الآتي:

« أن الكلمة ، أو العبارة الدالة على المفهوم الاصطلاحى لرسالة المنظمة هي:

عبارة الرسالة التنظيمية ""Organizational and Mission" ، أو كلمة "Mission" «الرسالة». هذا عن الكلمة الدالة على الرسالة فى الفكر الإدارى المعاصر، فماذا عن المفهوم الاصطلاحى لرسالة المنظمة فى هذا الفكر...؟ هذا ما سنتناوله فى الصفحات التالية: ـ

ثالثا: ماهية المفهوم الاصطلاحي للرسالة في الفكر الإدارى المعاصر:

* مقدمة:

سبق الإشارة إلى أن الرسالة التنظيمية Organizationly Mission لأى منظمة ، إنما تقع فى قمة هرم الأهداف التنظيمية بالمنظمة[٦١]، من منطلق كونها العنصر الأساسى ، والمحورى لعملية التخطيط ، والادارة الاستراتيجية، والتى منها تنبثق كافة الأهداف التنظيمية بالمنظمة[٦٢]، ومن ثم ، يمكن التعرف على المفهوم الاصطلاحى للرسالة ، من خلال استقراء التدرج الهرمى لسلسلة الأهداف التنظيمية لدى رجال الفكر الإدارى المعاصر، ومن ثم ، الوقوف على المفهوم الاصطلاحى المعبر عن الهدف التنظيمى الأعلى فى سلسلة الأهداف التنظيمية.

وبناءاً على ذلك ووفق هذا المنهج ، فقد تم استقراء مواقف رجال الفكر الإدارى المعاصر فى هذا الصدد، وفيما يلى أهم النتائج التى أسفر عنها هذا الاستقراء:

١ ـ يرى كل من (Steiner & Miner, 1977.) أن المفهوم الاصطلاحى لرسالة المنظمة ، يشتمل على بيان المنتج الأساسى ، الذى ستنتجه المنظمة، وكذلك السوق ، أو الأسواق التى تستخدمها المنظمة[٦٣].

والملاحظ بدايةً أن هذا التناول لرسالة المنظمة ركز على التحديد الدقيق لمجال عمل المنظمة، وأن محورى هذا المفهوم هوالمنتج " Product" ، السوق "Market" .

٢ ـ أن (Rodford, 1980.) يرى أن المفهوم الاصطلاحى للرسالة ، والتى يطلق عليها Economic Mission يشتمل على تحديد نوع الأنشطة المستقبلية للمنظمة[٦٤].

٣ ـ أن (Koontz, o'Donnel & Weiherich, 1980.) يريان أن المفهوم الاصطلاحى للرسالة يشتمل على تحديد مجال الأعمال الحالى ، ومجال الأعمال ، الذى يجب أن تعمل به المنظمة ، وتحديد عملاء المنظمة، واتجاهاتهم ، وتوقعاتهم»[٦٥]

٤ ـ ويرى كل من (Bates & Eldredqe, 1980.) أن المفهوم الاصطلاحى للرسالة هو : «بيان ، وتحديد الغرض ، أو الأغراض التى تسعى المنظمة لتحقيقها لخدمة

المجتمع ، وأنها تمثل المبرر لنشاط المنظمة ، وتوجيهها بعيد الأمد»(٦٦) وهما يريان ، أن هذا المفهوم الاصطلاحى المعبر عن الهدف التنظيمى الأعلى يتميز بالآتي:(٦٧)

١ ـ أنه يحدد المدى ، أو المجال العام لعمليات المنظمة.

٢ ـ أنه يغطى فترات ممتدة ، ومتعددة.

٣ ـ أنه ينبثق ، ويستجيب لاعتبارات البيئة الخارجية.

٥ ـ أما كل من (Thompson & Strickeand 1980) ، فالمفهوم الاصطلاحى للرسالة لديهما يعنى : «الرؤية المستقبلية طويلة الأمد لما يجب أن تقوم المنظمة بعمله، والأسباب التى من أجلها وجدت المنظمة(٦٨).

٦ ـ أما (Tourangeau, 1981) ، فعرف المفهوم الاصطلاحى لرسالة المنظمة على أنه «بيان رسمى بالغرض ، أو الرسالة الأساسية للمنظمة المنبثقة من احتياجات المجتمع»(٦٩) ، ويعرفه فى موضع آخر ، على أنه بمثابة«مبرر الوجود» للمنظمة ، والذى منه تنبثق كل الأنشطة الأخرى ، التالية ، وأنه بمثابة بيان بالأهداف بعيدة المدي»(٧٠).

ويرى (Tourangeau) ، أن مفهوم رسالة المنظمة ، يجب ألا يقتصر على بيان، وتحديد المبرر من وجود المنظمة، بل يجب أن يشمل الأمور التالية حتى تكون لهذا المفهوم قيمة ، وفائدة حقيقية(٧١):

- الموقف ، أو المركز التسويقى المرغوب فيه.
- التكنولوجيا المطلوب توظيفها.
- الربحية.
- الإنتاجية.
- تنمية ، وتطوير القوة العاملة.
- المسئولية العامة ، أو الاجتماعية.

٧ ـ ويرى كل من (Rowe, Mason and Dickel. 1985.) ، أن المفهوم الاصطلاحى للرسالة ، هو بمثابة «تحديد لما يجب أن تكون عليه المنظمة فى الوقت الحاضر ، وفى المستقبل» وهذا المفهوم لديهم يخاطب المدى الطويل ـ ما بين ٥ إلى ١٥ سنة ـ والاهتمام موجه لاحتياجات البيئة الخارجية(٧٢).

٨ ـ أما كل من (pfeiffer, Goodstein and Noean, 1986.) ، فالمفهوم الاصطلاحى للرسالة لديهم هو : «بيان ، وتحديد واضح ، وموجز ، عن الغرض من المنظمة ، أو

الوظيفة التى تسعى المنظمة لتحقيقها فى مجال المجتمع ، والاقتصاد(٧٣) ، وأنه بمثابة «تحديد لمجال العمل الأساسى للمنظمة»(٧٤). ويرى ثلاثتهم ، كذلك أن المفهوم الاصطلاحى للرسالة ، يجب أن يشتمل على بيان:(٧٥)

- الاحتياجات التى ستعمل المنظمة على إشباعها ، وتحقيقها وليس المنتجات التى ستشبع تلك الاحتياجات، أى الاجابة علي: ماذا؟ What ؟
- الشريحة ، أو الحصة من السوق التى ستستخدمها المنظمة، أى الإجابة علي: لمن.. ؟ Who ؟
- الأسلوب ، أو الأساليب الرئيسية التى تستخدمها المنظمة فى إشباع تلك الاحتياجات، أى الإجابة علي: كيف؟ How ؟
- القوة الدافعة ، أو العناصر ذات الأولوية لدى المنظمة.
- الميزة التنافسية للمنظمة.

٩- ويرى كل من: .(Rue and Holland, 1989) ، أن الرسالة بمثابة تحديد الغرض العام ، والعريض للمنظمة ـ ككل ـ وأنها عملية أعرض ، وأعلى مستوى من مستويات الأهداف الخاصة بأى منظمة ، ومنها تنبثق ، وتتحدد الأغراض الأساسية للمنظمة، وأن الرسالة هى التى توضح ، وتحدد مبرر وجود المنظمة(٧٦).

١٠- أما (Greenlay, 1989.) ، فيعرف الرسالة على أنها بمثابة: «بيان ، أو تفسير رسمى ، لطبيعة مجال الأعمال الذى ستشارك فيه المنظمة، وأنها تشتمل على جوهر المبرر الرئيسى لوجود المنظمة»(٧٧).

١١- ويعرف (Higgins, 1989.) ، وزميله المفهوم الاصطلاحى للرسالة على أنه بمثابة المبرر لوجود المنظمة ، وأنه يُعد المنطلق الأساسى الذى ـ بناءً عليه ـ تنبثق ، ويتم تحديد كل من الأغراض ، والأهداف التنظيمية ، والسياسات، والاستراتيجيات»(٧٨).

١٢- أما (David, 1989.) ، فيعرف الرسالة على أنها بمثابة: «إعلان باتجاهات، وتوجيهات المنظمة ، وإطار عام لتحدد عمل المنظمة ، وتحديد عملائها، وتحديد السياسة ، والتوجه الاجتماعى للمنظمة»(٧٩). ويؤكد (David) على أن الأصل فى الرسالة الجيدة ، أنها تبنى على أساس احتياجات العملاء، وليس على أساس إنتاج منتجات ، ثم البحث لها عن عملاء(٨٠).

١٣- ويرى كل من (Certo & Peter, 1990.) ، أن المفهوم الاصطلاحى لرسالة المنظمة ، هو بمثابة تحديد للغرض ، أو السبب الذى من أجله وجدت المنظمة. وإن هو إلا بيان عريض جداً ، بالتوجه التنظيمى للمنظمة»(٨١).

وتجدر الإشارة إلى : أن البعض يثير التساؤل حول حقيقة وجود أهداف للمنظمة ، منفصلة ، ومستقلة عن أهداف مختلف الأفراد المشرفين العاملين، والمتعاملين مع المنظمة، ومدى تأثر ، وتأثير أهداف المنظمة على سلوك المديرين، والعاملين بالمنظمة ، والمتعاملين معها ، وهو يرى أن العبرة ليست فى وجود تلك الأهداف للمنظمة ، ولكن العبرة بتوافقها مع أهداف المديرين ، والمسئولين بالمنظمة، وعن المنظمة، وهو يشير إلى أن هذا التناسق ، والتوافق ، يمكن أن يتوافر بدرجة كبيرة فى حالتين(٨٢):

- **الحالة الأولى**: فى حالة المنظمات التى تتميز بالتوجه العقائدي- الايديولوجي- القوي، كالمنظمات الدينية ، والعقائدية ، والجماعات السياسية الثورية.

- **الحالة الثانية**: فى حالة وجود سلطة مسيطرة بالمنظمة ، قادرة على فرض إرادتها ، وأهدافها على المنظمة ، من خلال ممارسة القوة الرسمية، وقد لايشارك العاملون - أو بعضهم - تلك السلطة فى أهدافها ، ولكنهم يضطرون للإذعان لتلك الأهداف وقبولها ، والمشاركة فى تحقيقها، رعايةً لمصالحهم.

ولاشك أن المنظمات الإسلامية - والبنوك الإسلامية من بينها - تنتمى إلى الحالة الأولي، وعليه فمن المفترض وجود توحد ، واتساق ، وتوافق ، بين أهداف تلك المنظمات الإسلامية ، وبين أهداف العاملين بها ، والمتعاملين معها.

ومن التناول ، والاستقراء لمفاهيم ، وتعريفات رسالة المنظمة فى الفكر الإدارى المعاصر ، نستطيع أن نتبين : أن أهم عناصر المفهوم الاصطلاحى لرسالة المنظمة - ووفقا للجدول المرفق - هى كالآتى طبقاً للترتيب ومدى الإجماع عليها - :

١- عنصر ، أو محور: تحديد ، أو تقديم المبرر الأساسى لوجود المنظمة:

وطبقاً لهذا العنصر ، فإن المنظمة ما وجدت إلا لغاية ، أو مبرر ، وأن نشأتها ، واستمرار بقائها ، رهن بوجود ، واستقرار وجود تلك الغاية ، أو المبرر، وعلى ذلك، فإن القول بأن المنظمة وجدت لتبقى ، قول غير صحيح ، وغير مقبول.

وقد أشار إلى هذا العنصر ٣٥.٨٪ من مراجع الفكر الإدارى المعاصر موضع الاستقراء المكتبي.

٢- عنصر ، أو محور: تحديد مجال عمل المنظمة الأساسى الحالى، والمستقبلى:

وقد أشار إلى هذا العنصر ٤٦.١٥٪ من المراجع، هذا فضلاً عن أن ٢٣٪ من المراجع قد أشارت إلى تحديد مجال العمل ، الذى يجب أن تعمل به المنظمة، ولاشك أن ذلك يبرز أهمية هذا العنصر ، سواء تعلق مجال العمل هذا بما يمكن، أو بما يجب أن تقوم به المنظمة.

٣- عنصر أو محور: التوجه بعيد الأمد للمنظمة:

وقد أشار إلى هذا العنصر ١٥ .٤٦٪ من المراجع موضع الاستقراء المكتبي، ونشير في هذا الصدد إلى أن المدى الزمنى للمنظمات ، هو من الأمور النسبية ، طبقا لطبيعة مجال عمل المنظمة. وعلى ذلك ، فإن الباحث يتحفظ على اتجاه البعض لتحديد المدى الزمنى بعيد الأمد ، بأنه يتراوح بين ٥-١٥ سنه(٨٣).

ومقتضى هذا العنصر أن الرسالة لاتخاطب الاحتياجات ، والظروف ، والمتغيرات الوقتية ، والحاضرة فقط، ولكنها تخاطبها ، وتخاطب أيضاً الاحتياجات ، والظروف، والمتغيرات المستقبلية ، عبر قنوات زمنية ممتدة ، وبعيدة المدي. ويكفل توافر هذا العنصر بالرسالة ، توافر الاستقرار ، والثبات النسبى للرسالة.

٤- عنصر ، أو محور: تحديد احتياجات المجتمع ، والعملاء:

وقد أشار إلى هذا العنصر ٧٧ . ٣٠٪ من المراجع موضع الاستقراء. ومقتضى هذا العنصر ، أن الاحتياجات -لا المنتجات- هى التى يجب أن تكون جوهر مبرر وجود المنظمة، فالمنتجات إن هى إلا وسيلة متغيرة ؛ لاشباع احتياجات ثابتة ، ومستقرة نسبياً ، وبدرجة أكبر كثيراً من ثبات ، واستقرار الطلب ، والحاجة ، لأنواع معينة من المنتجات. وعليه ، فإن الأساس فى الرسالة ، أن تحدد على أساس احتياجات المجتمع ، والعملاء، وليس على أساس ، انتاج منتجات ، تم البحث لها عن عملاء(٨٤).

٥- عنصر ، أو محور: تحديد عملاء المنظمة:

وقد أشار إلى هذا العنصر ٤ . ١٥٪ من المراجع موضع الاستقراء، فضلاً عن أن ٧.٧٪ من المراجع ، قد أشارت إلى تحديد السوق ، أو الأسواق الرئيسية للمنظمة، كعنصر من عناصر رسالة المنظمة.

ومقتضى هذا العنصر هو وجوب اشتمال الرسالة على التحديد النوعى ، والمجالي، والكمى ، لعملاء ، وأسواق المنظمة، من منطلق أن قدرة أى منظمة على إشباع الاحتياجات المستهدفة لكافة العملاء ، وبكافة الأسواق ، قدرة محدودة، ومن ثم، يجب التحديد النوعى ، والكمى لعملاء ، وأسواق المنظمة ، بالقدر الذى يتفق مع قدراتها.

٦- عنصر أو محور: تحديد المنتج الأساسى للمنظمة:

قد أشار إلى هذا العنصر ٧.٧٪ فقط من المراجع موضع الاستقراء - أى مرجع واحد فقط - وهو - نسبياً - من أقدم المراجع موضع الاستقراء.

فضلا عن أنه يتعارض مع ما سبق الاشارة إليه ، من وجوب تحديد الرسالة على أساس احتياجات المجتمع ، والعملاء، وليس على أساس المنتجات التى تشبع تلك الاحتياجات، وذلك من منطلق أن تلك المنتجات ، إن هى إلا وسيلة متغيرة، وأن تحديد الرسالة على أساسها ، يفقد الاستقرار ، والثبات النسبى الذى يوفره تحديد الرسالة ، على أساس احتياجات المجتمع ، والعملاء. وهذا هو الاتجاه الذى أخذت به الغالبية العظمى من المراجع الحديثة. وهذا بالرغم من وجود استقراء ميدانى أورده، (David, 1989) لرسائل عدد من المنظمات ، تبين منه أن كافة تلك المنظمات - موضع الدراسة ، والاستقراء - وعددها ثمانية - قد اشتملت رسالتها على عنصر ، أو محور تحديد المنتجات[٨٥] ولاشك أن هذا الاتجاه يجب تقويمه، وتصحيحه ، وهذا ما انتهى إليه (David, 1989) من وجوب قيام الرسالة على أساس احتياجات العملاء، وليس على أساس إنتاج منتجات ، ثم البحث لها عن عملاء، على حد قوله[٨٦].

بيان بتكرار أهم عناصر المفهوم الاصطلاحى لرسالة المنظمة فى الفكر الإدارى المعاصر

جدول رقم (١)

م	العنصر	عدد التكرارت	النسبة
١	تحديد المنتج الأساسى للمنظمة	١	٧,٧
٢	تحديد السوق ، أو الأسواق الرئيسية للمنظمة	١	٪٧,٧
٣	تحديد مجال العمل الأساسى الحالى ، والمستقبلى	٦	٪٤٦,١٥
٤	تحديد مجال العمل الذى يجب أن تعمل به المنظمة	٣	٪٢٣
٥	تحديد عملاء المنظمة	٢	٪١٥,٤
٦	التوجه بعيد الأمد للمنظمة	٦	٪٤٦,١٥
٧	تحديد المبرر الأساسى لوجود المنظمة	٧	٪٥٣,٨
٨	تحديد احتياجات المجتمع ، والعملاء	٤	٪٣٠,٧٧
	إجمالى عدد المراجع موضع الاستقراء المكتبى وهو مرجعا		(٪١٠٠)

وعليه ، ومن الاستقراء ، والتحليل السابق ، يمكن استخلاص المفهوم الاصطلاحى التالى لرسالة المنظمة:

«إن رسالة المنظمة تتمثل فى تحديد ، وبيان الغاية النهائية ، والمبرر الأساسى من وجود المنظمة ، وذلك من خلال تحديد طبيعة مجال العمل الأساسى ، الذى ستشارك من خلاله فى إشباع احتياجات محددة لمجموعة ، أو شريحة محددة من العملاء ، والأسواق، وعلى مدار فترة زمنية بعيدة الأمد».

ويمكن أن نستخلص من هذا التعريف ، أو المفهوم الاصطلاحى ، المحاور، والعناصر التالية ، المميزة لمفهوم رسالة المنظمة:

١- محور مبرر الوجود: فالرسالة بمثابة تحديد ، وإعلام بالغاية الرئيسية ، والأساسية التى من أجلها وجدت ، وأنشئت المنظمة فى هذا المجتمع "Raison d'Etre".

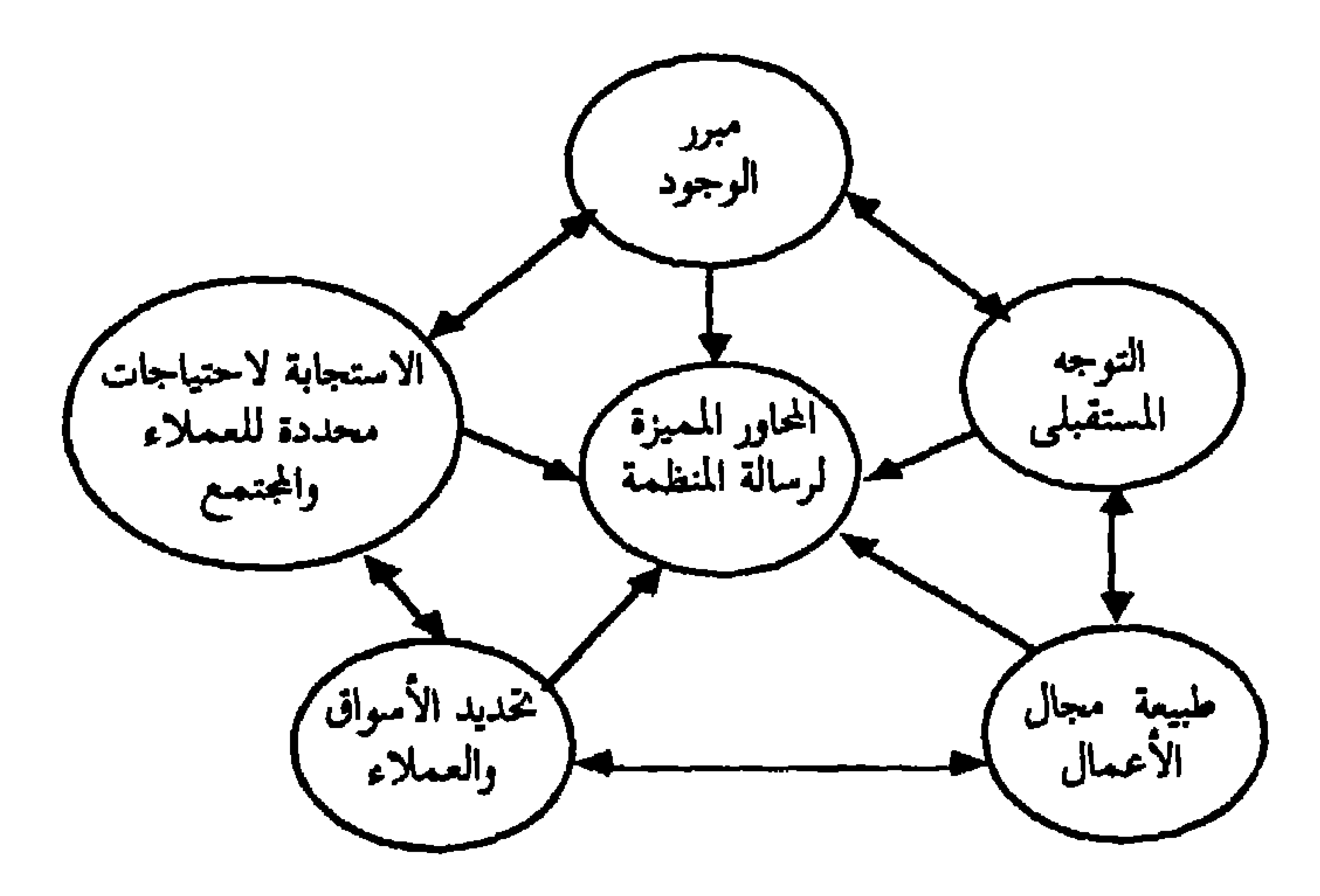
٢- محور مجال العمل الأساسى للمنظمة: حيث تشتمل الرسالة على تحديد طبيعة مجال العمل ـ أو الأعمال ـ التى ستشارك فيها المنظمة.

٣- محور الاحتياجات التى ستشبعها المنظمة: حيث تشتمل الرسالة على تحديد ماهية الاحتياجات ، التى ستشارك المنظمة فى إشباعها.

٤- محور عملاء ، وأسواق المنظمة: حيث يجب أن تشتمل الرسالة على تحديد ماهية عملاء ، وأسواق المنظمة.

٥- محور التوجه المستقبلى طويل الأمد: حيث يجب أن تخاطب الرسالة الاحتياجات ، والمتغيرات المستقبلية ، عبر فترة زمنية ممتدة ، وبعيدة المدي.

والشكل التالى يبين أهم المحاور المميزة لرسالة المنظمة:



أشكل رقم (٢)

أهم المحاور المميزة لرسالة المنظمة

وعليه ، فإن رسالة المنظمة تعنى :

«تقديم ، وإعلام بمبرر وجود المنظمة، وتحديد مجال عملها الرئيسى ، من خلال تحديد احتياجات محددة ، تسعى لإشباعها لمجموعة ، أو شريحة محددة من العملاء ، أو الأسواق ، على مدار فترات زمنية ممتدة ، وبعيدة الأمد».

رابعا: ماهية المفهوم الاصطلاحى لرسالة البنك الإسلامى:

وبالتحاكم إلى الشريعة الإسلامية فيما يتعلق بأهم خصائص ، ومحاور ، أو عناصر هذا التعريف لمفهوم رسالة المنظمة فى الفكر الإدارى المعاصر ، نستطيع أن نتبين الآتي:

١- بخصوص محور مبرر الوجود: يمكن القول بأن هذا العنصر ، لايتعارض مع أى أصل ، أو نص من نصوص الشريعة الإسلامية ، شريطة ألا يكون فى هذا المبرر أى تحريم لما أحلته الشريعة الإسلامية، أو إباحة لما حرمته الشريعة.

٢- بخصوص «محور التوجة المستقبلي»: وهذا العنصر لايتعارض مع الشريعة الإسلامية فى شئ، بل يتوافق معها، فالشريعة الإسلامية تأمر الإنسان بأن يعمل لدنياه كأنه يعيش أبداً.. ولآخرته كأنه يموت غدا.

٣- بخصوص «محور طبيعة مجال الأعمال»: يمكن القول بأن هذا العنصر لايتعارض مع الشريعة الإسلامية ، شريطة ألا يكون فى طبيعة مجال الأعمال الخاص بالبنك الإسلامى ، أو المنظمة الإسلامية ، أى تحريم لما أحلته الشريعة، أو أى اباحة لما حرمته، وأن يلتزم البنك الإسلامى - أو غيره من المنظمات الإسلامية - بالمقاصد العامة للشريعة الإسلامية ، والمتمثلة فى : حفظ الدين، وحفظ النفس ، وحفظ العقل ، وحفظ النسل، وحفظ المال، ومن ثم رعاية مصالح المجتمع ، والإنسان فى الدنيا ، والآخرة[٨٧] وتحقيق تمام الكفاية، وإعمار الأرض[٨٨].

٤- بخصوص «محور الاستجابة لاحتياجات المجتمع»: وهذا العنصر - كسابقه - يمكن القول بأنه لايتعارض مع الشريعة الإسلامية، شريطة ألا يكون فى تلك الاستجابة خروج على أى نص ، أو أصل ، من نصوص ، أو أصول الشريعة الإسلامية ، أو أى تعطيل ، أو إفساد أو تضييع لمقصد من المقاصد العامة للشريعة الإسلامية.

٥- بخصوص «محور تحديد العملاء ، والأسواق» : وهذا العنصر لايتعارض مع الشريعة الإسلامية فى شئ.

وعليه ، يمكن بيان طبيعة المفهوم الاصطلاحى لرسالة البنك الإسلامى فيما يلي:

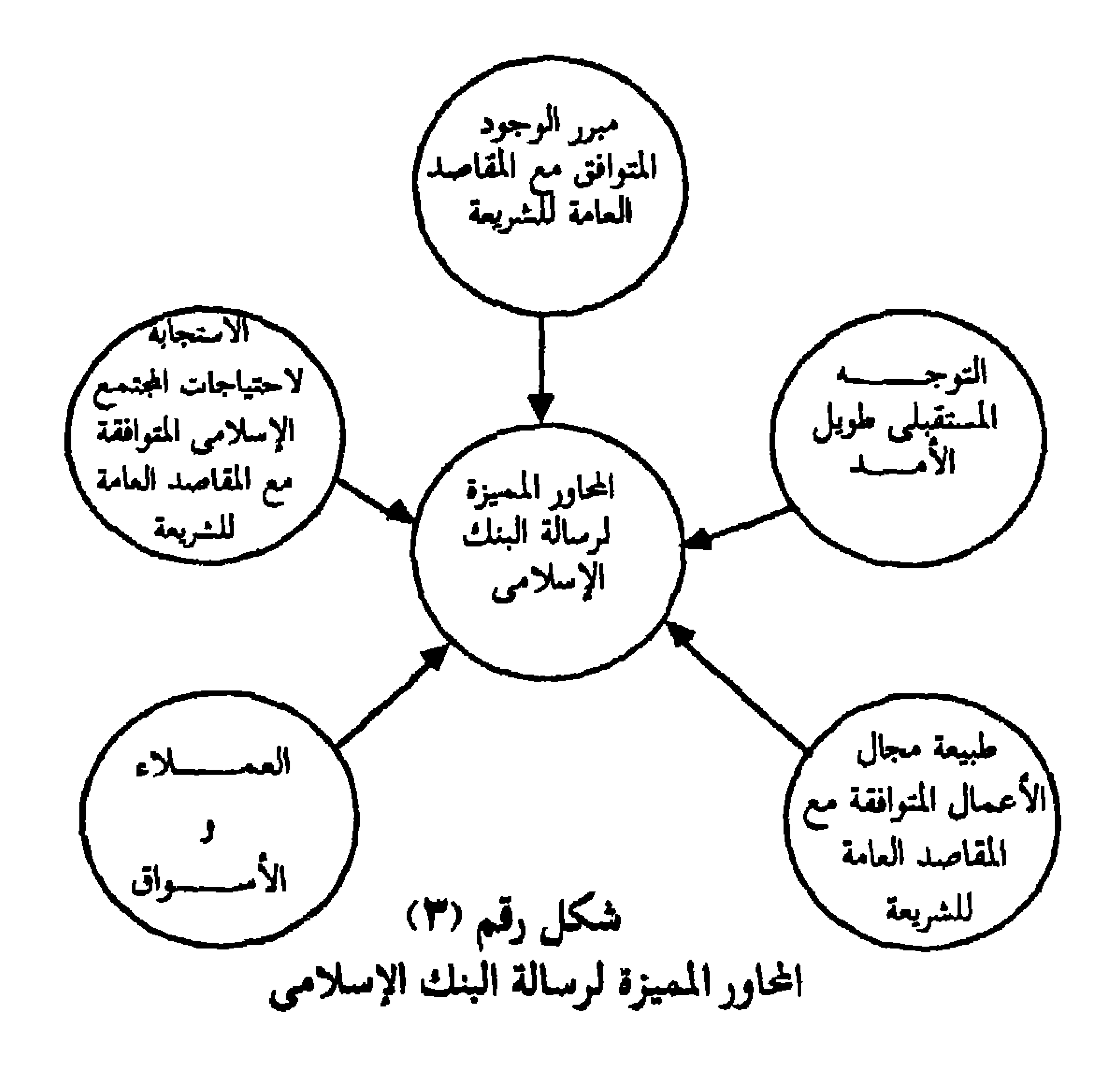
«إن رسالة البنك الإسلامى تتمثل فى تحديد المبرر الرئيسى ، والمقصد العام من وجود البنك ، شريطة أن يكون ذلك متوافقاً ، ومنبثقاً من المقاصد العامة للشريعة الإسلامية، وذلك من خلال تحديد طبيعة مجال الأعمال ، والدور المتميز الذى سيضطلع به البنك الإسلامى فى المستقبل ، ولفترة زمنية طويلة ، للمشاركة فى الاستجابة لاحتياجات محددة لمجموعة ، أو شريحة من العملاء ، والأسواق ، شريطة ألا يكون فى طبيعة تلك الأعمال ، أو فى تلك الاستجابة لاحتياجات العملاء، والأسواق ، أى تعطيل ، أو إفساد لمقاصد الشريعة الإسلامية».

وعليه نستطيع أن نخلص إلى الآتى :

«إن جوهر رسالة البنك الإسلامى تتمثل فى : تحديد الغاية النهائية والمقصد العام، والنهائى للبنك ، والذى يجب أن ينبثق ، ويتوافق مع المقاصد العامة للشريعة الإسلامية ، و- خاصة - مقصد حفظ ، ورعاية المال».

ولاشك أن هذا التعريف ، أو المفهوم الاصطلاحى لرسالة البنك الإسلامي، - يتوافق إلى حد كبير - مع المفهوم اللغوى لرسالة البنك الإسلامى الذى سبق أن أشرنا إليه.

وبناءً على ذلك ، يمكن بيان أهم المحاور المميزة لرسالة البنك الإسلامى فى الشكل رقم (٣) وسوف يلى ذلك ، محاولة الوقوف على معايير تقويم رسالة البنك الإسلامي.



شكل رقم (٣)
المحاور المميزة لرسالة البنك الإسلامى

الفصل الثاني

معايير تقويم رسالة البنك الإسلامى

الفصل الثاني
معايير تقويم رسالة البنك الإسلامي

مقدمة:

يرى البعض أن عملية وضع ، وتحديد رسالة المنظمة، بمثابة فن راقٍ Delicate art تضطلع به ، وتمارسه ، قمة الإدارة العليا بأى منظمة(٨٩). إلا أن هذه العملية لا تقتصر على جانب الفن وحده، فمما لاشك فيه ، أن عملية وضع، وتحديد ، وصياغة ، رسالة المنظمة ، إنما تستند ، وتقوم على جانب العلم أيضاً، حيث أسهم رجال الفكر الإدارى المعاصر فى توفير عدد من الأسس ، والقواعد، والمعايير العلمية ، التى يكفل توافرها تحقيق الكفاءة ، والفعالية لرسالة المنظمة.

ونتناول فيما يلى أهم المعايير العلمية لتقويم رسالة المنظمة، ومن ثم البنك الإسلامى وفقاً للتقييم التالى :

١- العوامل المعيارية المؤثرة على تكوين رسالة البنك الإسلامي

٢- معايير تقويم رسالة البنك الإسلامى من حيث المضمون

٣- معايير تقويم رسالة البنك الإسلامى من حيث الصياغة

المبحث الأول : العوامل المعيارية المؤثرة على تكوين رسالة البنك الإسلامى :

أولا: العوامل المعيارية المؤثرة على تكوين رسالة المنظمة:

(٨٨)Criteria Influencing the Mission

أ- تاريخ وخبرة المنظمة Company History :

فخبرة المنظمة ، وممارساتها فى مجال صناعى ، أو إنتاجى معين ، يُعد بمثابة قيد على قدرة تلك المنظمة على إحداث تغيير كبير فى رسالتها ، ومجال عملها، من منطلق تأثير ذلك على الخبرات الإدارية ، والأنماط السلوكية ، والقيم، والاتجاهات ، التى اكتسبتها المستويات الإدارية بالمنظمة ، التى تتوافق مع طبيعة الرسالة الحالية ، ومجال العمل الحالي، وكذلك من منطلق تأثير الخبرة على الأوضاع ، والترتيبات الثابتة ، والمستقرة ، المتعلقة بتخصيص الموارد ، والمصادر الطبيعية ، على نحو معين ، يصعب تغييره، وعليه ، فتاريخ المنظمة ، وخبراتها السابقة ، والحالية ، تعتبر أحد المنطلقات ،

والعوامل المؤثرة على إعادة تشكيل، وتكوين رسالة المنظمة ، وكذلك رسالتها ، وأهدافها الحالية، (٩٠) وكذلك رسالتها، وأهدافها السابقة ، التى تحمل تطلعات القادة الأقوياء ، والتاريخيين للمنظمة(٩١).

ب – الميزة ، أو الميزات التنافسية Distinctive Competence للمنافسين:

حيث يرى الباحث أن رسالة المنظمة ـ ومن ثم ميزتها التنافسية ـ يجب تحديدها على ضوء الميزات التنافسية للمنظما ت المنافسة ، أى على ضوء نقاط ، ومواضع القوة ، والتميز ، والقدرات الخاصة ، التى توافرت لهؤلاء المنافسين، وهذا أمر بدهي.

وتجدر الإشارة إلى أن كل من "Pfeiffer" ، وزملائه ، قد اختلفوا مع "Greenley" بصدد الميزة التنافسية، حيث وضعها "Pfeiffer" ، وزملاؤه من بين المعايير ، أو العناصر المكونة لرسالة المنظمة(٩٢)، وبدهى أنها ـ مادامت كذلك ـ لايمكن أن تكون من بين العوامل المعيارية المؤثرة على تكوين الرسالة، أما "Greenley" ، فقد وضعها من بين العوامل المعيارية المؤثرة على تكوين الرسالة(٩٣)، وبدهى ـ أنها مادامت كذلك ـ لايمكن أن تكون من بين العناصر المعيارية المكونة للرسالة.

وعليه ، فلو أخذ برأى "Pfeiffer" ، وزملائه فى هذا الصدد ، للزم إسقاط رأى "Greenley" فيما يتعلق بالميزة التنافسية، والعكس صحيح.

ولقد كان اجتهاد الباحث فى هذا الصدد ـ ومن منطلق وظيفة الرسالة كمرشد، وموجه استراتيجى لكافة القرارات ، والأنشطة المنظمة ، فى الأجل القصير، والبعيد ـ هو الآتي:

١– فيما يتعلق «بالميزة التنافسية» ، فهذه يجب تضمينها رسالة المنظمة.

٢– فيما يتعلق «بالميزات التنافسية للمنافسين» ، فهذه يجب أن تكون من بين العوامل المؤثرة على تكوين ، وتشكيل ، وصياغة رسالة المنظمة، وهذا الأمر أشار إليه البعض(٩٤).

جـ – نقاط القوة ، والضعف ، والمصادر المتاحة Resource availability

بالبيئة الداخلية Internal Environment

إن دراسة ، وتحليل البيئة الداخلية ، يعتبر من الأمور ، والعناصر المؤثرة على تشكيل ، وتحديد رسالة المنظمة ـ تتساوى فى ذلك مع البيئة الخارجية ـ والهدف من الدراسة ، والتحليل للبيئة الداخلية ، هو الوقوف على نقاط القوة ، أو الجودة لدى المنظمة ، ونقاط الضعف لديها ، بشكل عام ، والوقوف على المصادر المتاحة للمنظمة ،

بشكل خاص ، سواء منها المتوافر حالياً ، أو مستقبلياً ، وذلك بهدف تشكيل رسالة المنظمة ، بحيث تتوافق مع تلك الموارد المتاحة للمنظمة، وبحيث تستثمر كافة نقاط القوة ، والجودة ، لدى المنظمة ، وتتحاشى كافة نقاط الضعف لديها .

ونتناول فيما يلي أهم عناصر البيئة الداخلية للمنظمة(٩٥):

١ - الجوانب التنظيمية ، وتشتمل علي :

١/١: شبكة الاتصالات.

١/٢: الهيكل التنظيمى.

١/٣: هرم الأهداف.

١/٤: السياسات ، والإجراءات ، وقواعد العمل.

١/٥: القدرات الإدارية «فريق الادارة».

٢ - الجوانب البشرية- العمالة- ، وتشتمل علي :

٢/١: علاقات العمل.

٢/٢: قواعد الاستقطاب ، التعيين.

٢/٣: برامج التدريب.

٢/٤: نظم تقويم الأداء.

٢/٥: نظم الحوافز.

٢/٦: دوران العمالة ، والغياب.

٣- الجوانب التسويقية ، وتشتمل علي :

٣/١: الحصة السوقية.

٣/٢: استراتيجية المنتج.

٣/٣: استراتيجية التسعير «التثمين».

٣/٤ استراتيجية الترويج.

٣/٥: استراتيجية التوزيع.

٤ - الجوانب الإنتاجية ، وتشتمل علي :

٤/١: ألترتيب الداخلى للمعدات ، والآلات ، والتجهيزات.

٤/٢: الأبحاث ، والتطور.

٣/٤: استخدام التكنولوجيا.

٤/٤: شراء المواد الخام.

٥/٤: الرقابة على المخزون.

٥- الجوانب المالية – التمويلية – وتشتمل علي :

١/٥: السيولة.

٢/٥: الربحية.

٣/٥: الأنشطة المالية.

٤/٥: فرص الاستثمار.

وهذا التحليل السابق لعناصر البيئة الداخلية ، بافتراض أن المنظمة قائمة ، وأن الهدف من دراسة ، وتحليل البيئة ، هو تعديل ، ومراجعة ، وتقويم رسالتها الحالية. أما في حالة وضع ، وتحديد الرسالة لأول مرة ، فان الدراسة ، والتحليل ، سوف يقتصران بالدرجة الأولى على المصادر ، والموارد المتاحة ـ حالياً أو مستقبلياً ـ للمنظمة.

د – الفرص ، والتهديدات في البيئة الخارجية: The Macro Environment

من المهم أن يؤخذ فى الاعتبار عند تحديد ، وتشيكل رسالة المنظمة، والانعكاسات ، والتأثيرات ، البيئية الخارجية على المنظمة. ومن ثم ، يجب القيام بدراسة ، وتحليل تلك البيئة ، بهدف الوقوف على الفرص المتاحة للمنظمة بتلك البيئة، وكذلك الوقوف على التهديدات المحتمل أن تواجهها المنظمة ، وأخذ ذلك فى الاعتبار عند تحديد ، وتشكيل رسالة المنظمة ، أو تطويعها ، بحيث تستجيب، وتستثمر تلك الفرص المتاحة ، وفى ذلك الوقت تتحاشى تلك التهديدات المحتملة.

وفى هذا الصدد ، يجب الاهتمام بالبيئة الخارجية الحالية ، والمستقبلية، ويرى الباحث أن البيئة المستقبلية ، لها الأولوية على البيئة الحالية من حيث انعكاسات، وتأثيرات كل منهما على رسالة المنظمة.

وتأتى أهمية البيئة الخارجية فى تحديد ، وتشكيل رسالة المنظمة ، من منطلق أن تلك البيئة تمثل المجال الذى تتواجد فيه المنظمة ، وتتنافس فيه مع غيرها من المنظمات ، ومن ثم ، فمن الأهمية بمكان التحقق من مدى توافر البيئة المحابية لرسالة المنظمة ، أو التحقق من توافر الرسالة المقبولة من تلك البيئة. وعليه ، فإن دراسة ، وتحليل البيئة الخارجية ـ فضلاً عن البيئة الداخلية ـ يُعتبر مطلباً أساسياً، وضرورة لاغنى عنها من أجل تحديد ، وتشكيل رسالة المنظمة، فإذا تبين من الدراسة ، والتحليل ، أن البيئة غير

محابية للرسالة المقترحة للمنظمة ، وجب تغيير، أو تحوير تلك الرسالة ، لتتلاءم مع تلك البيئة ، أو الإبقاء على الرسالة كما هي، والبحث عن بيئة أخرى ، تكون محابية لتلك الرسالة.

ومن أهم عناصر البيئة الخارجية مايلي(٩٦):

١ – البيئة التشريعية Legal Environment ، وأهم عناصرها:

– فعالية النظم التشريعية. – قوانين البراءات ، والعلامات التجارية.
– التقاليد التشريعية. – القوانين المنظمة لمنظمات الأعمال.
– المعاهدات مع الدول الأجنبية.

٢ – البيئة الثقافية Cultural Environment ، وأهم عناصرها:

– اللغة السائدة. – الدوافع.
– المؤسسات الاجتماعية. – المعتقدات الدينية.
– العادات ، والأنماط ، والقيم ، والمعتقدات. – الاتجاهات.

٣– البيئة السياسية Political Environment ، وأهم عناصرها:

– شكل ، أو نمط الحكومة. – الاستقرار الحكومي.
– العقيدة ، أو المذهب السياسي. – قوة الأحزاب ، والجماعات المعارضة.
– الاتجاهات الحكومية تجاه المنظمات الأجنبية. – الصراعات السياسية.
– الاضطرابات الاجتماعية. – السياسة الخارجية ، والعلاقات الدولية.

٤ – البيئة الاقتصادية Economic Environment ، وأهم عناصرها:

– مستوى التطور الاقتصادي. – الطقس ، والمناخ.
– مستويات الأجور ، والمرتبات. – العضوية فى التكتلات الاقتصادية الإقليمية.
– إجمالى الناتج القومي. – السياسات النقدية.
– السكان. – طبيعة المنافسة.
– مستوى التعلم. – تبادل ، وتحويل العملة.
– التشكيلات الاجتماعية. – التضخم المالى ، والاقتصادي.
– المصادر الطبيعية. – نظم الضرائب.
– معدلات الفائدة.

فضلاً عن البيئة التكنولوجية، والبيئة الصحية، وبقية عناصر البيئة الخارجية.

ولاشك أن تلك الجوانب البيئية ـ وغيرها من الجوانب الأخرى ـ يجب أن تكون موضوع دراسة ، وتحليل ، عند وضع ، وتحديد رسالة المنظمة ، خاصةً فى ظل انفتاح المنظمات على البيئة ، وتزايد معدل تأثير البيئة الخارجية على المنظمات فى العصر الحاضر(٩٧) ، ومن الشواهد الدالة على ذلك: «أن معظم المنظمات المعاصرة قد تأثرت بدرجة ، أو بأخرى ، بالمتغيرات البيئية الخارجية التالية(٩٨):

– استخدام ، وتوظيف الحاسبات الآلية.

– التغير فى اتجاهات العاملين تجاه العمل .

– ارتفاع أسعار البترول. تفكك دول المعسكر الاشتراكى ، وانهيار الاتحاد السوفيتى .

– الزيادة فى معدلات الفائدة.

والعنصر الأخير اقترحه الباحث ـ كمتغير بيئى سياسى ، واجتماعى ـ أثر ومازال يؤثر ، على كثير من المنظمات فى دول العالم المختلفة.

ويجب الانتباه عند تحويل ، وتشكيل رسالة المنظمة ، ليس فقط للعناصر، والمتغيرات البيئية الحالية، بل يجب الاهتمام ، والعناية كذلك بالعناصر ، والمتغيرات البيئية المستقبلية ، وتأثيراتها على رسالة ، ومستقبل المنظمة.

ويرى البعض ، أن هناك عدداً من المتغيرات البيئية الحديثة سوف تكون لها انعكاسات مستقبلية ، وأنها سوف تحدث تغييراً ، وتأثيراً كبيراً على حياتنا ، وبصفة خاصة ، حياتنا التنظيمية ، وحياة منظماتنا ، ونتناول فيما يلى تلك المتغيرات.

أهم المتغيرات البيئية الحديثة ذات التأثير المستقبلي علي المنظمات(٩٩):

١– الانتقال ، والتحول من المجتمع الصناعى إلى المجتمع المعرفي، «مجتمع صناعة المعلومات».

٢– التطور الكبير فى استخدام التكنولوجيا العالية ، والتقنية المتقدمة.

– الانتقال ، والتحول من الاقتصاد القومي، إلى الاقتصاد العالمي.

٤– الانتقال من التفكير ، والإدارة ، والتخطيط قصير الأمد ، إلى التفكير ، والإدارة ، والتخطيط بعيد الأمد.

٥– الانتقال ، والتحول من المركزية ، إلى اللامركزية.

٦– إعادة ظهور مبدأ الاعتماد على الذات ، والعون ، والمساعدات الذاتية عوضاً عن الاعتماد على العون ، والمساعدات الحكومية ، والأجهزة التنظيمية.

٧- الانتقال ، والتحول من ديمقراطية التمثيل ، إلى ديمقراطية المشاركة.

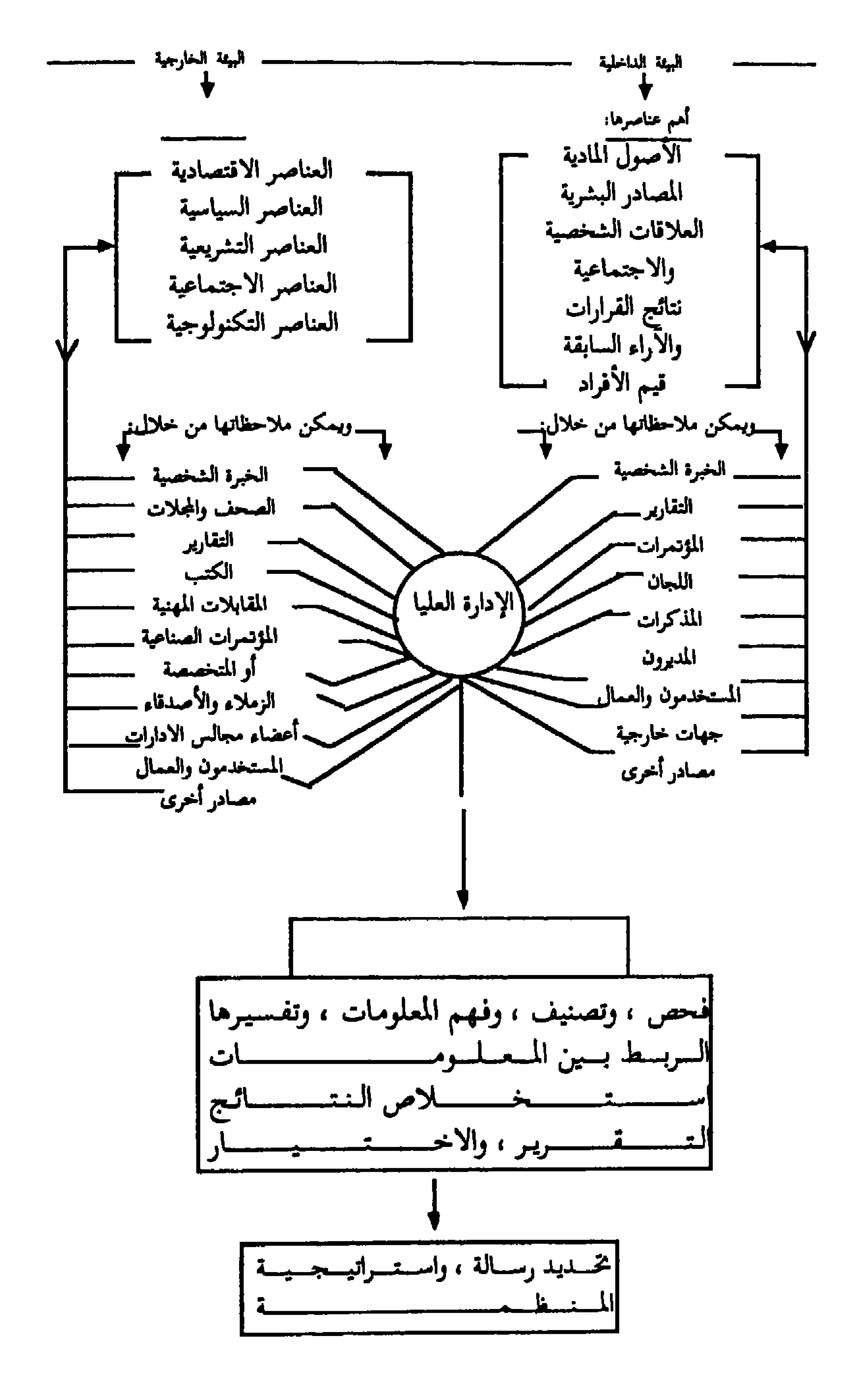
٨- الانتقال ، والتحول من الأشكال ، والتنظيمات الهرمية ـ المتدرجة ـ فى الإدارة، إلى أشكال ، وتنظميات شبكات الأعمال.

٩- تطور دور الجنوب كمركز للطاقة ، والحياة التنظميمية للمنظمات.

١٠- الانتقال ، والتحول إلى البحث عن الخيارات المتعددة عوضاً عن البحث عن الحل ، أو الحلول الوحيدة.

وتوجد فى الغرب الآن عديد من المنظمات ، والمؤسسات المعنية باستخلاص، وتقديم المعلومات ، والبيانات عن الاتجاهات البيئية المستقبلية ، وتُصدر العديد منها تقارير ، وبيانات دورية ، بعضها شهرى ، وبعضها سنوى ، وبعضها تصدر إصدارات غير منتظمة ، وتأتى فى مقدمة تلك المنظمات ، والمؤسسات المراكز البحثية والعلمية والدراسية، والجمعيات والاتحادات المهنية، ودور النشر المتخصصة ، والمعارض القومية، والعالمية.

ومن الأمثلة على ذلك : النشرات الشهرية ، والربع سنوية ، والسنوية ، التى تصدرها كثير من البنوك ، والتى تركز على الاتجاهات المالية ، والتمويلية ، أو الاقليمية. وكذلك ماتقوم به كثير من الجامعات ، ومدارس إدارة الأعمال ، من نشر مستخلصات لأهم الأبحاث ، والدراسات ، وأهم الاتجاهات التى تشير إليها تلك الأبحاث ، والدراسات ، وفيما يتعلق بقطاع الأعمال(١٠٠).



شكل رقم (٤)

أهم عناصر البيئة الداخلية ، الخارجية ، وأهم مصادر الحصول على البيانات ، والمعلومات عن كل منها

ويود الباحث أن يشير فى هذا الصدد، إلى أهمية التحقق من صحة البيانات ، والمعلومات البيئية ، وأهمية توفيرها فى الوقت المناسب ، وبالتكلفة المناسبة ، كما يود أن يشير إلى أهمية مهارة ، وقدرة الادارة العليا ، وفريق التخطيط الاستراتيجي، والمسئولين ، عن وضع ، وتحديد رسالة المنظمة ، على توظيف تلك البيانات، والمعلومات المتاحة عن البيئة الداخلية التوظيف الفعال ، عند القيام بعملية تحديد، وتشكيل رسالة المنظمة.

والشكل المرفق يوضح أهم العناصر الرئيسية لكل من البيئة الداخلية ، والخارجية، ومصادر الحصول على البيانات ، والمعلومات المتعلقة بكل منهما .

٥- مصالح ، وأهداف أصحاب المصلحة

(١٠١)The Stakeholders Interests:

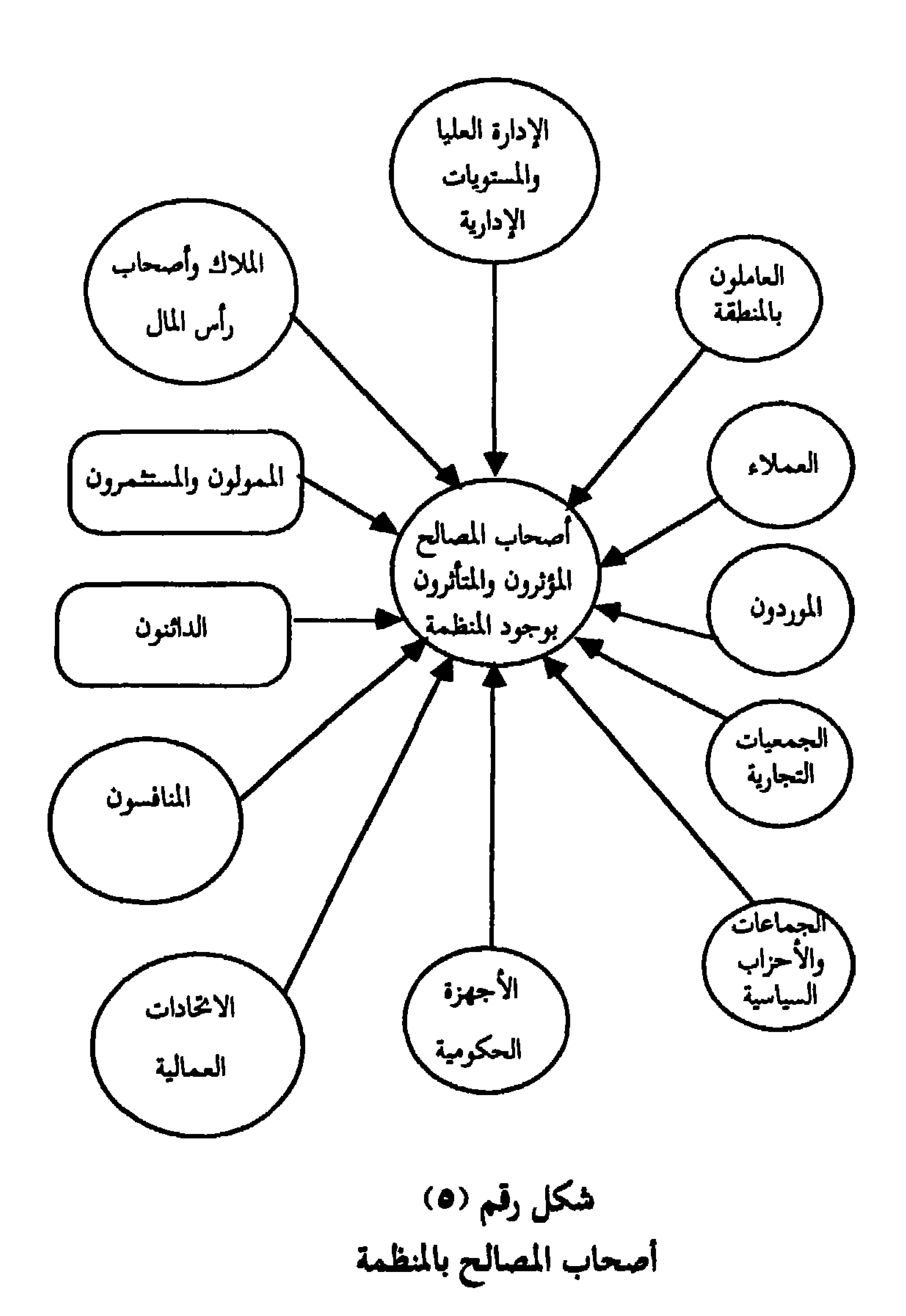
فمصالح ، وأهداف ، ورغبات ، وتوقعات مختلف الأفراد ، والجماعات التى من المحتمل أن يوثر ، أو يتأثر نشاطها بنشاط المنظمة ، لابد أن تؤخذ فى الاعتبار ، ولابد أن توثر بالتالى على تكوين ، وتشكيل رسالة المنظمة.

وأهم أصحاب المصالح بالنسبة لأى منظمة:

- العملاء Customers ، والمستهلكين Consumers
- المنافسون Competitors
- الموردون Suppliers
- الملاك Owners ، وأصحاب رأس المال
- الإدارة العليا ، والمستويات الادارية «متخذو القرارات»

Decision Makers

- العاملون بالمنظمات Employees
- الأجهزة الحكومية Governement
- الجماعات ، والأحزاب السياسية Political groups



شكل رقم (٥)
أصحاب المصالح بالمنظمة

- المستثمرون والممولون Investors and Lenders
- الدائنون Debtors
- الاتحادات العمالية Unions
- الجمعيات التجارية Trade Associations

ولاشك أن درجة تأثير ، وتأثر أصحاب المصالح بنشاط المنظمة ، يختلف ، ويتباين، وعليه ، فيجب التعويل ، والاهتمام بأصحاب المصالح الأكثر تأثيراً ، وتأثراً بنشاط المنظمة ، وذلك عند تحديد ، وصياغة رسالة المنظمة ، أو البنك الإسلامى .

٦- القيم Values ، والفلسفات السائدة بالبيئة الداخلية ، والخارجيــة للمنظمة ، وخاصة : (انظر الشكل المرفق):

٦/١: قيم الأفراد المسئولين عن تحديد ، وصياغة الرسالة «فريق التخطيط»

.Values of The top planning team

٦/٢: قيم الإدارة العليا Values of the top mangenemt

٦/٣: قيم جماعة/ فريق الإدارة بالمنظمة Values of management group

٦/٤: قيم العاملين values of employees

٦/٥: قيم ، وفلسفة العمل بالقطاعات ، ووحدات العمل الاستراتيجية S. B. U.

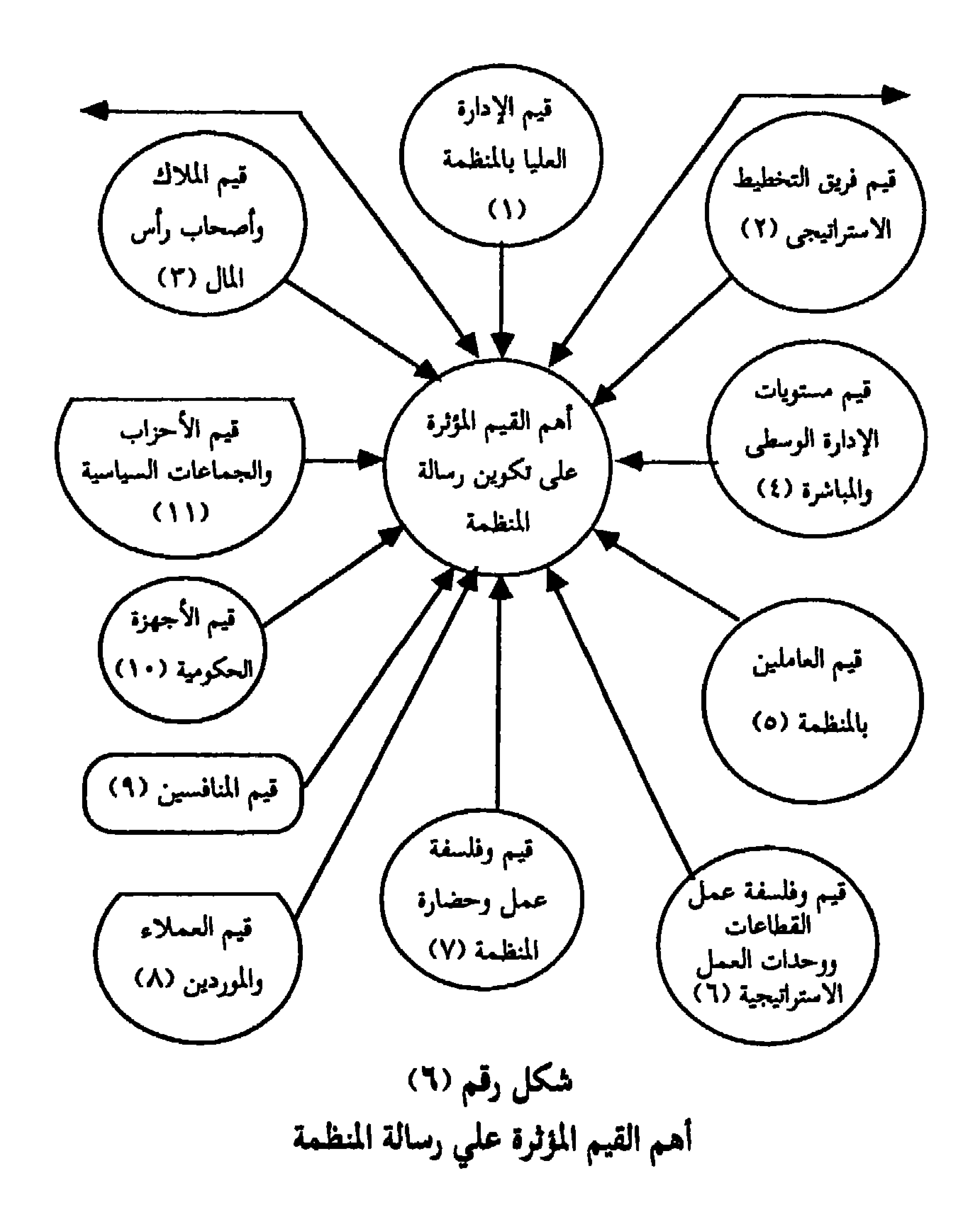
٦/٦: قيم ، وفلسفة العمل بالمنظمة الأم Operating Philosophy

وثقافة ، وحضارة المنظمة Culture of organization

٦/٧: قيم أصحاب المصالح الآخرين Stakeholders المرتبطين بالمنظمة ، وخاصة:

- القيم السائدة بالمجتمع ، والبيئة.
- القيم السائدة لدى الدولة ، والأجهزة الحكومية.
- القيم السائدة لدى الأحزاب ، والجماعات السياسية.
- القيم السائدة لدى المنافسين ، والعملاء ، والموردين.
- القيم السائدة لدى الملاك ، وأصحاب رأس المال.

ويرى البعض أن أهم القيم المؤثرة على تحديد ، وتشكيل الرسالة ، هى قيم الإدارة العليا بالمنظمة(١٠٢).



شكل رقم (٦)

أهم القيم المؤثرة علي رسالة المنظمة

ويجدر الإشارة فى هذا الصدد ، إلى أهمية مراجعة ، وتقويم القيم ، والفلسفات السائدة ، وتوظيف أهم القيم السائدة فى عملية تحديد ، وصياغة الرسالة.

كما يجدر الإشارة إلى خطورة التغاضى عن توظيف القيم السائدة ، عند تحديد، وصياغة الرسالة ، ويرى البعض أن المنظمات التى لاتأخذ فى اعتبارها القيم السائدة عند وضع خططها الاستراتيجية ، فإنها سوف تعانى من المشاكل ، والمتاعب ـ إن آجلاً أو عاجلا ـ وربما تتعرض للفشل، وهذا نص كلماته(١٠٣):

"Strategic plans that do not take values into account will be in trouble and may even fail"

– ويرون أن خبرتهم ، وعملهم بالمنظمات ، قد أوجد لديهم قناعة ، بأن القيم السائدة ، تحتل مركز القلب فى الغالب الأعظم من القرارات التنظيمية[١٠٤]:

"Our work with organizations has convinced us that values lie at the heart of almost all organizational Decisins"

ونظام القيم القوى السائد بأى منظمة ، له تأثيره القوى ، والملموس على تحديد، وتشكيل رسالة المنظمة ، وعلى كافة القرارات بها ، فهذا النظام القيمي، يحدد ما هو جيد ، وما هو رديء ، وما هو صواب ، وما هو خطأ ، وما هو مقبول من المنظمة ، ولديها ، وما هو مرفوض ، وغير مقبول لدى المنظمة،[١٠٥]ومن ثم، فإنه يؤثر تأثيراً ملموساً على تحديد رسالة المنظمة.

تلك هى أهم العوامل ، أو المنطلقات المعيارية ، التى يجب التحاكم إليها، والمؤثرة على تحديد ، وتكوين رسالة المنظمة.

ثانيا: العوامل المعيارية المؤثرة على تكوين رسالة البنك الإسلامى:

إن المقصود بالعوامل المعيارية فى هذا الصدد ، هى تلك العوامل ذات الأهمية، والتأثير على تكوين رسالة البنك الإسلامي، فهى بمثابة الأسس ، والقواعد التى بناءً عليها يتم تحديد أهم مكونات ، وخصائص ، ومحددات رسالة البنك الإسلامي، أو غيره من المنظمات الإسلامية.

ونتناول فيما يلى ، مناقشة المنطلقات المعيارية المؤثرة على تكوين الرسالة التى ذكرها رجال الفكر الإدارى الحديث ، ومدى إمكانية الأخذ بها ، على ضوء ما اشترطناه فى هذا الصدد من وجوب عدم تعارض تلك المعايير مع أى نص ، أو أصل ، من نصوص، أو أصول الشريعة الإسلامية:

١ – معيار «تاريخ ، وخبرة المنظمة ، أو البنك الإسلامى»

وهذا المعيار لايتعارض فى شيء مع أحكام ، وأصول الشريعة الإسلامية، وعليه، فليس ثمة ما يمنع من الأخذ به ، كمعيار مؤثر على تكوين رسالة البنك الإسلامي.

فالخبرة ، والخبرات المكتسبة للفرد ، أو المنظمة الإسلامية ، أو غير الإسلامية، ينبغى أن تكون لها تأثير كبير على توجيهات الفرد المسلم ، أو المنظمة الإسلامية، ومن ثم فى تحديد ، وصياغة رسالة البنك الإسلامى ، فالخبرات الإدارية ، والوظيفية للفرد ، والمنظمات ، يجب أن تكون موضع عبرة ، وأن تكون عاملاً لتقويم المسارات ، وتصحيح

التوجيهات ، وإعادة تحديد ، وصياغة الرسالة ، وصدق الحق سبحانه إذ يقول :
{فاعتبروا يا أولى الأبصار}.(١٠٦)

{يُقلب الله الليل والنهار إن فى ذلك لعبرة لأولى الأبصار}(١٠٧) فالتجارب، والخبرات، والاعتبار بها ، من الأمور المحمودة فى الإسلام ، وصدق المصطفى عليه الصلاة والسلام إذ يقول: «لايُلدغ المؤمن من جحر مرتين»(١٠٨) ومن التراث الإسلامى ، والعربى نجد(١٠٩):

- من الشعر:

- لا تحمدن أمراً حتى تجربه ∴ ولا تذمنه من غير تجريب
- وما أبقت لك الأيام عذراً ∴ وبالأيام يتعظ اللبيب
- ألم تر أن العقل زين لأهله ∴ ولكن تمام العقل طول التجارب لأهله

ومن النثر :

- لا حكيم إلا ذو تجربة
- فى كل خبرة عبرة

٢- معيار «الميزة - أو المميزات التنافسية -لمنافسى المنظمة ، أو البنك الإسلامى» :

وهذا المعيار لايتعارض فى شيء مع الشريعة الإسلامية ، ومن ثم ، فليس ثمة ما يمنع من الأخذ به كمعيار مؤثر على تحديد ، وصياغة رسالة البنك الإسلامي، وخاصةً ، أن ذلك يتوافق مع المعيار السابق ، ويتكامل معه ، وبداهة تأثيره على تحديد ، وصياغة الرسالة واضحة ـ وخصوصاً ـ على ضوء ما انتهى إليه رجال الفكر الإدارى الحديث فى هذا الصدد.

٣- معيار «الفرص ، والتهديدات البيئية ، التي يتواجد البنك الإسلامي في محيطها» :

وهذا المعيار لايتعارض مع أحكام الشريعة الإسلامية فى شيء ، وعليه ، فليس ثمة ما يمنع من الأخذ به كمعيار مؤثر على تحديد ، وصياغة رسالة البنك الإسلامي. وهذا المعيار يتوافق ، ويتكامل مع المعيارين السابقين ، فى التأثير على تحديد ، وصياغة الرسالة. فالخبرات ، ونقاط القوة ، والضعف لدى البنك الإسلامي، ولدى منافسيه، وكذلك التهديدات ، والفرص التى تتوافر فى بيئة البنك الإسلامي، وبيئة منافسية ، فكل هذه الجوانب الأربعة (S.W.O.T)(١١٠) لدى البنك ، ولدى منافسيه ، لها تأثير واضح ، ومسلم به ، من قبل رجال الفكر الإدارى الحديث على تحديد ، وصياغة الرسالة.

٤- معيار «المصادر ، أو الموارد المتاحة للمنظمة ، أو البنك الإسلامي» :

وهذا المعيار كذلك لايتعارض مع أحكام الشريعة الإسلامية ، فى شيء، ومن ثم، فليس ثمة ما يمنع من الأخذ به كمعيار مؤثر على تحديد ، وصياغة رسالة البنك الإسلامي. فضلاً عن أنه من الأمور البدهية ، ومُسلم بتأثيره ، من قبل رجال الفكر الإدارى الحديث على تحديد ، وصياغة الرسالة.

٥- معيار «مصالح ، وأهداف أصحاب المصلحة بالمنظمة ، أو البنك الإسلامي» :

وهذا المعيار لايتعارض مع أحكام الشريعة الإسلامية ، شريطة ألا يكون فى الاستجابة لمصالح أصحاب المصلحة - المتأثرين بنشاط البنك الإسلامى - أى مخالفة لمباديء ، وأحكام الشريعة الإسلامية ، ولاتحل حراما ، ولاتحرم حلالا.

وعلى هذا ، يمكن صياغة هذا المعيار وفقاً لما يلي:

المعيار «مصالح ، وأهداف ، أصحاب المصلحة بالبنك الإسلامى ، شريطة أن تكون تلك المصالح ، والأهداف ، غير متعارضة مع أحكام ، وأصول الشريعة الإسلامية».

٦- معيار «القيم ، والفلسفات السائدة بالبيئة الداخلية ، والخارجية للمنظمة ، أو البنك الإسلامى» ، وخاصة:

- قيم المستويات الإدارية بالمنظمة ، أو البنك الإسلامي.
- قيم العاملين بالمنظمة ، أو البنك الإسلامي.
- قيم ، وفلسفة العمل بالمنظمة ، أو البنك الإسلامي.
- قيم ، وفلسفات العمل بالقطاعات الرئيسية ، ووحدات العمل الاستراتيجية بالمنظمة ، أو البنك الإسلامي.
- القيم السائدة لدى الأجهزة الحكومية.
- القيم السائدة لدى الأحزاب ، والجماعات السياسية.
- القيم السائدة لدى المنافسين ، والعملاء ، والموردين ، وأصحاب المصالح الآخرين.
- القيم السائدة بالمجتمع ، والبيئة.

وفيما يتعلق بهذا المعيار ، فإن التحفظ يتأتى من : احتمال تباين القيم، والفلسفات السائدة فى البيئة الداخلية ، والخارجية مع القيم ، والمنطلقات الإسلامية، وهنا يثور التساؤل: لمن تكون الولاية ، والغلبة؟ لا شك أن الإجابة - فيما يتعلق بالبنك الإسلامى - هى أن الولاية ، والغلبة ، يجب أن تكون للقيم، والمنطلقات الإسلامية ، ولكن ذلك لن يحل المشكلة ، إذا كان التباين كبيراً بين تلك القيم ، والمنطلقات الإسلامية ، والقيم

والمنطلقات ، والفلسفات السائدة فى البيئة الداخلية ، والخارجية للبنك الإسلامى ، وبصفة خاصة ، قيم ، وفلسفات العمل ، السائدة بالبيئة الداخلية لدى العاملين ، والمستويات الإدارية ، ومتخذى القرارات بالبنك الإسلامي، حيث تشير دراسات الفكر الإدارى الحديث إلى :

١- خطورة النتائج ، والآثار السلبية التى قد تعانى منها المنظمة ـ ومن ثم البنك الإسلامى ـ الذى يتجاهل القيم السائدة عند وضع خططها الاستراتيجية، وتحديد ، وصياغة رسالتها.(١١١)

٢- خطورة تأثير القيم السائدة لدى متخذى القرارات ، على كافة القرارات التى يتخذونها.(١١٢)

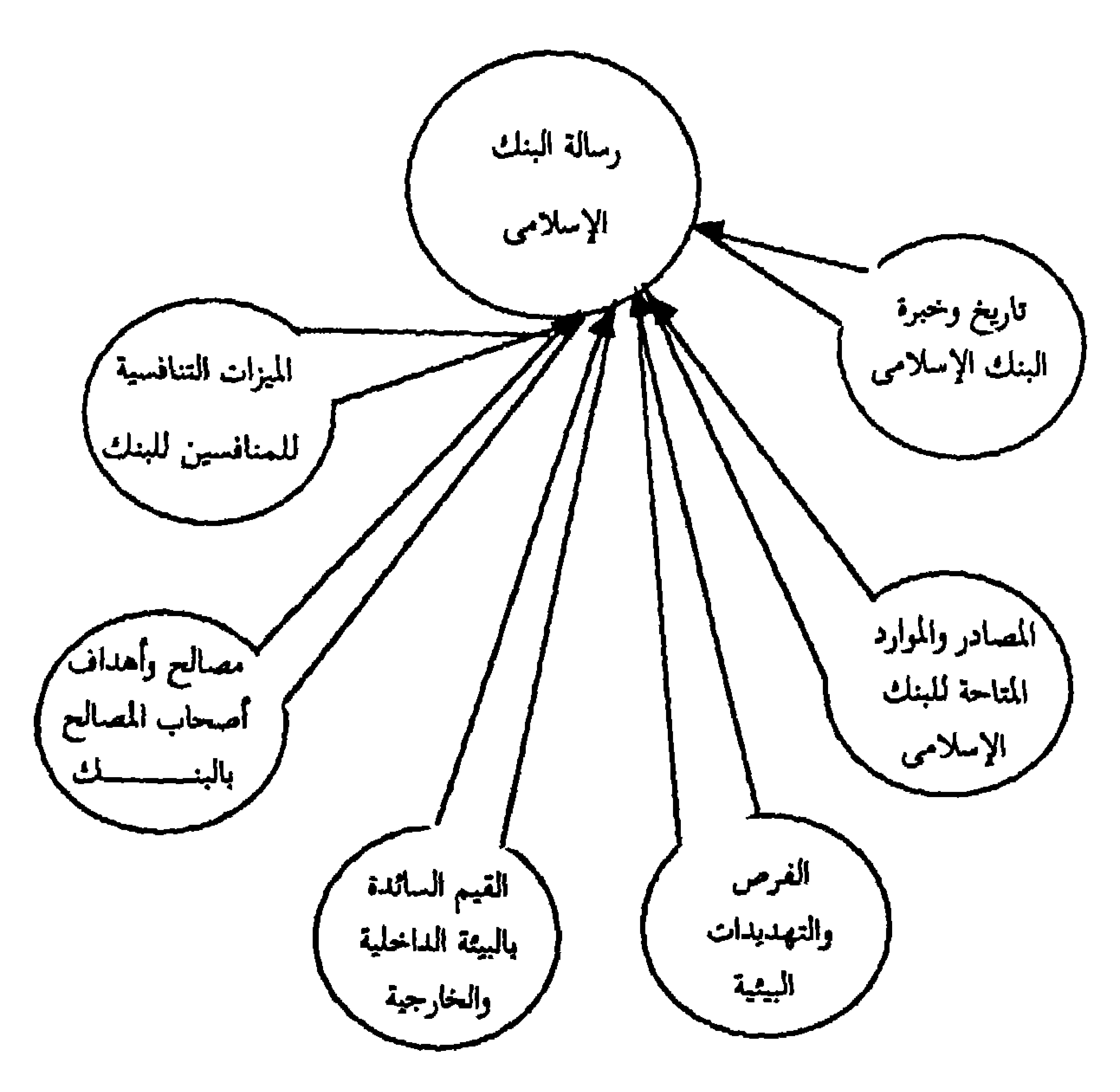
ومن هنا ، يتضح مدى أهمية التحقق من وجود توافق ، واتفاق ، بين قيم، وفلسفات المستويات الإدارية المختلفة ، وكافة المسئولين ، ومتخذى القرارات بالبنك الإسلامي، وبين القيم ، والمنطلقات الإسلامية كحد أدني. ومن هنا ، يتبين أهمية الاستقطاب ، والاختيار ، والانتقاء الفعال للعنصر البشرى ، والقوى العاملة. بحيث يتم اختيار أفضل العناصر ، شريطة أن تتوافر لديها القيم ، والفلسفات ، التى تتفق، وتتوافق مع القيم ، والمنطلقات الإسلامية.

ولاشك أن مثل هذا التوافق فى القيم ، والمنطلقات سيسفر من ناحية أخرى عن وجود توافق ، وتناغم ، وتناسق ، فى العملية القرارية بين مختلفة المراكز القرارية، على مستوى البنك الإسلامي.

وعلى هذا ، يمكن صياغة هذا المعيار وفقاً لما يلي:

المعيار «القيم ، والفلسفات السائدة بالبيئة الخارجية ، والداخلية بالبنك السلامى شريطة أن تكون القيم ، والفلسفات ، وخاصة القيم السائدة بالبيئة الداخلية ، متوافقة ، ومتطابقة مع القيم ، والمنطلقات الإسلامية».

تلك هى أهم المنطلقات المعيارية المؤثرة على تكوين رسالة البنك الإسلامى ، ـ انظر الشكل المرفق:



شكل رقم (٧)
أهم العوامل المعيارية المؤثرة على تكوين رسالة البنك الإسلامى

المبحث الثانى :معايير تقويم رسالة البنك الإسلامى من حيث المضمون :

أولا: معايير تقويم مضمون رسالة المنظمة :

يجب أن يحتوى مضمون ، ومحتوى الرسالة على العناصر المعيارية التالية:

أ- التحديد الواضح ، والدقيق ، والمتوازن لماهية الاحتياجات التى ستعمل المنظمة على إشباعها ، وتلبيتها - أى تحديد وظيفة ، أو مجال عمل المنظمة الأساسى .

ويجب أن يكون التحديد لمجال العمل فى هذا الصدد متوازناً ، فلا هو تحديد عام، وعريض ، بالشكل الذى لايساعد على توجيه الأنشطة ، والأعمال نحو غاية واضحة محددة، ولا هو تحديد ضيق ، يشكل قيداً على المنظمة ، وانطلاقها، لمواجهة ظروف ، واحتياجات السوق ، ومتطلبات العملاء المتجددة.

ومثال التحديد الواسع : تحديد مجال العمل على أنه : «العمل فى صناعة النقل» ، فهذا تحديد هلامى عريض جدا ، ومثال التحديد الضيق المحدود : تحديد مجال العمل على أنه : «العمل فى صناعة موديل ، أو طراز معين من السيارات».

ومثال التحديد الواسع : تحديد مجال العمل على أنه : «العمل فى مجال التنمية الاقتصادية» ، ومثال التحديد الضيق المحدود ، تحديد مجال العمل على أنه : «العمل فى مجال إصدار شهادات التمويل ، والاستثمار».

ووجوب هذا التحديد ، لماهية الاحتياجات ، التى ستعمل المنظمة على تلبيتها يأتى من منطلق - أن أى منظمة مهما بلغ حجمها ، أو إمكانياتها - فإنها يصعب عليها - إن لم يتسحل - أن تقوم بتلبية كافة الاحتياجات الإنسانية ، لشريحة من شرائح المجتمع الإنسانى بكفاءة ، وفعالية - ناهيك عن تلبية كافة احتياجات كافة شرائح هذا المجتمع.

ومن هنا ، كان حرص المنظمة على توجهها لخدمة ، وتلبية احتياجات محددة، أمراً ضرورياً وهاما ، يستوجب تضمينه رسالة المنظمة.

ب- التحديد الواضح ، والدقيق للقطاع التسويقى ، أو الحصة التسويقية التى ستعمل المنظمة - أو البنك الإسلامى - على تلبية ، وإشباع احتياجاتها. وذلك من خلال تحديد المجال النوعى ، والجغرافى لماهية العملاء ، أو المستهلكين الأساسيين للمنظمة.

وهذا التحديد ضرورى ، وهام ، فمن المعروف أن أى منظمة - بالغاً ما بلغ حجمها، يصعب عليها - إن لم يكن مستحيلاً - أن تشبع احتيجات كافة العملاء ، والمستهلكين ، والأفراد من مجال نوعى معين بكفاءة ، وفعالية - مثلما سبق أن صعب ، أو استحال عليها ، إشباع كافة احتياجات شريحة من العملاء ، أو المستهلكين ناهيك عن كل العملاء المستهلكين.

فالأفراد بالنسبة للحاجة الواحدة ، تختلف ، وتتباين احتياجاتهم من تلك الحاجة ، بحسب عديد من الظروف ، والعوامل البيئية المختلفة. ومن هنا ، كان استقلال المنظمة ، وتوجيهها لخدمة ، وتلبية احتياجات شريحة ، أو قطاع تسويقى معين ، أمراً ضرورياً ، وهاما ، يستوجب تضمينه رسالة المنظمة.

وهناك عدد من العوامل ، والمداخل المستخدمة فى تقسيم ، وتحديد الحصص، والشرائح التسويقية لعل من أهمها:

- التقسيم الجغرافي.
- التقسيم العمرى «حسب السن».
- التقسيم النوعى «إناث ، أو ذكور».
- التقسيم الاقتصادى «حسب الثروة».
- التقسيم العقائدي.
- التقسيم التعليمى «حسب مستوى التعليم».
- التقسيم المركب.

وهذا التقسيم الأخير هو الشائع الاستخدام، فهو يساعد على التحديد الدقيق للشريحة ، أو الحصة التسويقية للمنظمة.

ويساعد كذلك على التجزئة الدقيقة ، والموضوعية للسوق ، والذى يتيح للمنظمة المتخصصة ، القدرة على تلبية الاحتياجات الخاصة بهذه الشريحة التسويقية ، والمتباينة عن الاحتياجات الخاصة بغيرها من الشرائح الأخري.

ج- التحديد الواضح ، والدقيق للقوة الدافعة الرئيسية ، أو العنصر موضع الاهتمام الرئيسى للمنظمة.

وبدهى أن يسبق هذا التحديد تحديد ، ودراسة لمدى الأهمية ، والأولوية المعطاة لكل قوة من القوى الدافعة للمنظمة ، والتى يصنفها البعض طبقا للتقسيم التالي:(١١٣)

١- **احتياجات الأسواق** Market Needs: حيث الأولوية فى هذا الصدد ، موجهة نحو البحث ، والاستقصاء المستمر ، لاكتشاف العملاء المحتملين ، ولاكتشاف الاحتياجات غير المشبعة ، ومن ثم العمل على إنتاج ، وتطوير، المنتجات الخدمية، والسلعية التى تستجيب ، وتشبع تلك الاحتياجات.

٢- **المنتجات ـ السلعية أو الخدمية ـ المنتجة** ـ Products or services offered ، حيث الالتزام الرئيسى ، والأولوية لدى المنظمة هنا ، موجهة نحو تقديم منتجات -سلعية أو خدمية- محددة ، وتوجيه استراتيجيات المنظمة، وتكثيفها من أجل العمل على زيادة ، وتحسين مستوى هذه المنتجات ، من حيث الكم ، والنوعية.

٣- **التكنولوجيا المستحدثة** Technology:

والمنظمات التى تتبنى هذا الدافع ، يكون التزامها الأساسى مُوجهاً نحو تقدم

منتجات ـ سلعية أو خدمية ـ متطورة ، ومسايرة لأحدث الأفكار ، والابتكارات، والنظريات العلمية

٤- القدرة علي الإنتاج Production Capability (القدرة الإنتاجية):

حيث الالتزام الأساسى هنا ، موجه نحو الإبقاء على الطاقة الإنتاجية ، مستغلة بالكامل.

٥- طريقة البيع Method of Sale :

ووفق هذا الدافع ، فإن طريقة البيع المستخدمة ـ أو المفتوحة ـ هي التى تشكل، وتوجه ، استراتيجيات المنظمة.

٦- طريقة التوزيع Method of Distribution :

وفى هذا الصدد ، فان المنظمات التى تتبنى هذا المدخل ، تركز جهودها فى اتجاه تطوير طرق التوزيع المتبعة.

٧- المصادر ، والموارد الطبيعية Natural Resources :

وفى هذا الصدد ، يتم تكريس استراتيجيات المنظمة ، وتوجيهها ، نحو الاعتماد على المصادر ، والموارد الطبيعية.

٨- الحجم والنمو Size and growth :

وفى هذا الصدد ، يتم تطوير ، وتكريس استراتيجيات المنظمة ، من أجل تحقيق معدل نمو دائم ، ملموس ، أعلى من معدل الأداء الحالى لتلك المنظمات.

٩- الربح ، أو العائد علي الاستثمار Profit/ Return on Investment :

والمنظمات التى تتبنى هذا الدافع ، توجه اهتمامها الرئيسى ، نحو تحقيق هامش ربح معين ، أو عائد محدد على الاستثمار ، وتوجه ، وتكرس استراتيجيتها ، نحو تحقيق تلك الغاية.

ونود أن نشير فى هذا الصدد إلى ، أن تلك القوى الدافعة التسع ، ينبغى أن تؤخذ فى الاعتبار عند تحديد ، وصياغة رسالة المنظمة ، ويجب تضمين الرسالة ، أهم القوى الدافعة موضع الاهتمام الرئيسى للمنظمة ، أو البنك الإسلامي.

كما نود أن نشير كذلك ، إلى بعض التقسيمات الأخرى للقوى الدافعة، ومجالات العمل الأساسية موضع الاهتمام الرئيسى للمنظمة.

التقسيم الأول: (تقسيم بيتر دراكر) (١١٤) :

١- التركيز على موقف المنظمة فى السوق.

٢- التركيز على الابتكار ، والمقصود به فى هذا الصدد اهتمام المنظمة بتقديم منتجات جديدة متطورة.

٣- التركيز على الإنتاجية.

٤- التركيز على المصادر الخاصة بالموارد المالية ، والمادية.

٥- التركيز على الربحية.

٦- التركيز على مستوى أداء ، وتنمية الإداريين بالمنظمة.

٧- التركيز على مستوى أداء العاملين ، واتجاهاتهم.

٨- التركيز على المسئولية الاجتماعية ، والمقصود هنا هو الاهتمام من قبل المنظمة بإشباع حاجات المجتمع.

التقسيم الثاني: (تقسيم لوران بينيس) (١١٥) :

١- التركيز على التكامل: أى الجمع بين أهداف الأفراد ، وأهداف المنظمة.

٢- التركيز على التأثير الاجتماعي: ويقصد به توزيع السلطات داخل المنظمة.

٣- التركيز على التعاون مع الخصوم ، ويوجه الاهتمام هنا ، للتعاون مع أصحاب المصالح المتعارضة إدارة ، أو حل أى صراع.

٤- التركيز على التكيف ، والتأقلم مع المعطيات ، والمتغيرات البيئية.

٥- التركيز على الكينونة الموحدة، ويقصد به الحصول على إجماع من قبل كافة الأطراف، حول أهمية رسالتها ، والتزامها بتحقيقها.

٦- التركيز على توفير القدرة على النمو ، فضلاً عن تحديد الاتجاهات الأساسية لعملية النمو.

التقسيم الثالث: (تقسيم د. سيد الهوارى) (١١٦) :

١- التركيز على العائد على المال المستثمر.

٢- التركيز على المركز السوقى ، وحصتها التسويقية.

٣- التركيز على الاستثمارات الرأسمالية ، والتطور التكنولوجي.

٤- التركيز على إنشاء خطوط إنتاج جديدة ، وتقديم منتجات جديدة.

٥- التركيز على الكفاءة الإنتاجية.

٦- التركيز على تطوير ، وتنمية المستويات الإدارية.

٧- التركيز على الصورة الذهنية للمنظمة ، لدى كافة الأفراد ، والجماهير المتعاملة مع المنظمة ، من خلال تقديم النماذج السلوكية الجيدة ، والمواقف الإيجابية للمنظمة ؛ مما يؤدى لتوليد انطباعات إيجابية ، وجيدة شعورية، ولاشعورية ، لدى هؤلاء الأفراد ، وتلك الجماهير المتعاملة مع المنظمة.

تلك فى - عجالة - بعض التقسيمات الأخرى للقوى الدافعة ، ومجالات العمل الأساسية ، التى تسهم فى تكوين عناصر رسالة المنظمة.

د- الميزة التنافسية- Distinctive Competency (١١٧) :

كذلك يجب أن يشتمل مضمون الرسالة ، على الميزة التنافسية للمنظمة - أو البنك الإسلامى - وفى هذا الصدد ، يتم توجيه ، وتركيز ، وتكريس طاقات، وقدرات ، وإمكانيات المنظمة ، نحو تأكيد ، وتنمية ، وتطوير تلك الميزة التنافسية، ويساعد تحديد الميزة التنافسية على توفير نقطة حشد ، وانطلاق ، وتوجيه لقرارات، وأنشطة كل من المديرين ، ومختلف مستويات العاملين بالمنظمة ، أو البنك الإسلامي.

وتحديد الميزة التنافسية ، يتطلب تحديد نقاط الجودة ، والتميز ، ونواحى القوة، التى تتميز بها المنظمة عن غيرها من المنظمات المنافسة ، ومصادر تلك القوة ، وهذا التميز فى الأجل القصير ، وفى الأجل الطويل.

وتحديد الميزة التنافسية يستوجب كذلك تحديد نقاط القوة ، والتميز لدى المنافسين ، فضلاً عن نقاط الضعف لدى المنظمة ، ولدى المنافسين ، فى الأجل الطويل ، وفى الأجل القصير.

والميزة التنافسية لكى تكون كذلك ، هى التى تكلف المنظمات المنافسة الكثير من الوقت ، والكثير من المال ؛ لكى يبلغوا مستوى المنظمة فى تلك الميزة ، التى تحصلت عليها المنظمة بأقل جهد ، وبأقل تكلفة ، وفى أقل وقت.

هـ- التحديد الواضح ، والدقيق للأساليب ، والوسائل الرئيسية التي ستستخدمها المنظمة، لتحقيق غاياتها ، وأهدافها :

- ويتم ذلك من خلال : تحديد الأساليب التكنولوجية الرئيسية ، التى ستستخدمها المنظمة لمواجهة ، وإشباع الاحتياجات المحددة ، الخاصة بالشريحة التسويقية المحددة.

- وقد يتـــم ذلك من خلال : تحديد الاستراتيجيات التسويقية ، أو استراتيجيات التوزيع ، التى تستخدمها المنظمة.

– وقد يكون ذلك من خلال : تحديد الأساليب ، أو الوسائل ، التى ستستخدمها المنظمة ـ فى حالة التوسع ـ لتطبيق استراتيجيتها فى الاستحواز ، أو الاندماج.

ثانيا: معايير تقويم مضمون رسالة البنك الإسلامي:

إن العلم فى الإسلام دعامة من دعائمه، وركن من أركانه .(١١٨) وعليه، فالشريعة الإسلامية الغراء ، تقف من العلم ـ أياً كان مصدره ، وأياً كانت مجالاته ـ موقفاً مؤيداً، والشريعة الإسلامية تجل العلم ، والعلماء ، وترفع أقدارهم ، وصدق الحق إذ يقول : {يرفع الله الذين آمنوا منكم والذين أوتوا العلم درجات} (١١٩). وعلى المسلم أن يحرص على العلم ـ أياً كان مصدره ومجالاته ـ شريطة أن يكون هذا العلم علماً صحيحا. فالعقيدة والشريعة الإسلامية ليست فى عداء مع العلم ـ الحق ـ أياً كان مصدره، ومجاله ـ تحت أى ظرف من الظروف .(١٢٠) شريطة أن يتم توظيف هذا العلم، فى إطار ماجاءت به الشريعة الإسلامية الغراء.

ولقد كانت «اقرأ» فى القرآن الكريم دعوة ، وأمراً ، بوجوب السعى إلى الثقافة وإلى العلم، وإلى الفكر، وإلى البحث ، (١٢١) ووجوب الاستزاده من العلم.. {وقل رب زدنى علم} (١٢٢) والعلم الحق، لايتعارض مع الشريعة الإسلامية (١٢٣).

وعلى هذا يمكن التحاكم إلى الفكر الإدارى الحديث ـ وجل رجاله من رجال الفكر الغربى ـ فى مجال الوقوف على المعايير ، والأسس العلمية ، الخاصة بتقويم رسالة المنظمة ، والأخذ بها كمعايير لتقويم رسالة البنك الإسلامي، شريطة ألا يكون فى تلك المعايير ، والمبادئ العلمية ، مايتعارض مع نص ، أو أصل ، من نصوص ، أو أصول الشريعة الإسلامية ، من منطلق أن العلم الحق ، لايتعارض مع الشريعة الإسلامية، ومن منطلق أن علم الخالق سبحانه ، له الولاية على علم المخلوق.

وبناءً على ذلك ، سنقوم ـ فيما يلى ـ بتناول تلك المعايير الخاصة بتقويم رسالة المنظمة ـ من حيث المضمون ، والمحتوى ـ كمعايير لتقويم رسالة البنك الإسلامى فى هذا الصدد.

أ– معيار «التحديد الواضح ، والدقيق ، والمتوازن لماهية الاحتياجات ، التى سيعمل البنك الإسلامي على ، إشباعها ، وتلبيتها ، أى تحديد الوظيفة الأساسية ، أو مجال العمل الأساسى للبنك الإسلامي».

وهذا المعيار لايتعارض مع أى نص ، أو أصل ، من نصوص ، أو أصول الشريعة الإسلامية ، شريطة ألا يكون فى هذا التحديد أى خروج على المصالح الشرعية، التى أقرتها الشريعة الإسلامية، فالشارع الخالق سبحانه وحده هو القادر على تحديد ، ورعاية احتياجات ، ومصالح الإنسان، أما التحاكم إلى الإنسان وحده ،

لتحديد الاحتياجات ، والمصالح الإنسانية التى يجب على البنك الإسلامى - أو أى منظمة اسلامية - رعايتها ، فهذا قصور ، وخطأ، وذلك من منطلق أن العقل البشرى قاصر «لإنه محدود بالزمان ، والمكان ، ولأنه لايتسطيع التجرد عن مؤثرات البيئة ، وبواعث الهوى ، والأغراض ، والعواطف، ولأنه جاهل بالماضي، والحاضر، وأشد جهلاً بالمستقبل» (١٢٤) ومن ثم ، فهو قاصر على الإحاطة بمصالحة، واحتياجاته الحقيقية ، إلا اذا استعان بهدى الخالق سبحانه ، واستضاء بأحكام الشرع {ومن أضل ممن اتبع هواه بغير هدى من الله} (١٢٥).

فالمصالح ، والاحتياجات الإنسانية ، التى يجب على البنك الإسلامي، والمنظمات الإسلامية رعايتها ، والعمل على تلبيتها ، وإشباعها ، يجب أن تنبثق من المصالح، والمقاصد التى تكلفت الشريعة الإسلامية بحفظها ، ورعايتها وهى (١٢٦):

١- حفظ ، ورعاية الدين «المحافظة على مصلحة الدين».

٢- حفظ ، ورعاية النفس «المحافظة على مصلحة النفس».

٣- حفظ ، ورعاية العقل «المحافظة على مصلحة العقل».

٤- حفظ ، ورعاية النسل «المحافظة على مصلحة النسل».

٥- حفظ ، ورعاية المال «المحافظة على مصلحة المال».

وتلك المصالح ، والمقاصد ، بمثابة الغاية ، التى تسعى إلى تحقيقها كافة المنظمات الإسلامية ، كل منها حسب طبيعة ومجال عملها ، ومما لاشك فيه ، أن المقصد الأَوْلى بالرعاية من قبل البنك الإسلامى ، هو المقصد الخامس من مقاصد الشريعة الإسلامية ، وهو حفظ ، ورعاية المال ، طبقاً للأحكام القطعية ، التى أوردتها الشريعة الإسلامية فى مجال المال ، والمعاملات (١٢٧).

وعليه نستطيع إعادة صياغة هذا المعيار ليكون كالآتي:

«التحديد الواضح ، والدقيق ، والمتوازن ، لماهية الاحتياجات ، التى سيعمل البنك الإسلامى على إشباعها وتلبيتها ، أى تحديد الوظيفة الأساسية ، أو مجال العمل الأساسى للبنك الإسلامى ، على أن تكون منبثقة ، ومتوافقة ، مع المقاصد العامة للشريعة الإسلامية».

ب- معيار «التحديد الواضح ، والدقيق للقطاع التسويقى ، أو الحصة التسويقية، التى سيعمل البنك الإسلامى على تلبية ، وإشباع احتياجاتها ، وذلك من خلال التحديد النوعى ، والجغرافى ، لماهية العملاء الأساسيين للبنك الإسلامي».

وهذا المعيار لايتعارض مع أى أصل ، أو نص ، من أصول ، أو نصوص، وأحكام الشريعة الإسلامية ، وعليه ، فليس ثمة مايمنع من الأخذ به ، كمعيار لتقويم رسالة البنك الإسلامى - من حيث المضمون والمحتوي- فضلاً عن أن توظيف هذا المعيار ، يمكن أن يُسهم فى التنسيق بين الأنشطة، والحصص التسويقية لكل بنك من البنوك الإسلامية ، مما يكفل حسن الاستفادة من الطاقات ، والقدرات المتاحة لكل بنك من هذه البنوك، وتغطية احتياجات كافة القطاعات التسويقية ، التى تحتاج لخدمات تلك البنوك.

ج- معيار «التحديد الواضح ، والدقيق ، للأساليب ، والوسائل الرئيسية التى سينتهجها ، ويستخدمها البنك الإسلامى ؛ لإشباع احتياجات عملائه ، أو تحقيق غاياته، وقد يكون ذلك:

- من خلال : تحديد الأساليب التكنولوجية الرئيسية.
- ومن خلال : تحديد استراتيجيات التوزيع.
- ومن خلال : تحديد استراتيجاته فى الاستحواز ، أو الاندماج».

وهذا المعيار ، لايتعارض فى شئ مع الشريعة الإسلامية، ومن ثم ، فليس ثمة مايمنع من الأخذ به.

د- معيار «التحديد الواضح ، والدقيق للقوة الدافعة الرئيسية ، أو العنصر الرئيسى ، موضع اهتمام البنك الإسلامى ، أو المنظمة الإسلامية».

وفيما يتعلق بمجالات القوى الدافعة وفق التقسيمات المختلفة ، فإن الباحث يرى أن طبيعة عمل ، وظروف البنك الإسلامى ، والتحديات ، والبيئة ، والعالمية التى تواجه تلك البنوك - بصفة خاصة ، والمنظمات الإسلامية بصفة عامة- تستوجب ضرورة أن يُعلي البنك الإسلامى من شأن القوى الدافعة التالية ، وتكون لها الأولوية - على الأقل مرحلياً - على القوى الدافعة الأخرى :

١- «الصورة الذهبية للبنك الإسلاميImage لدى كافة الأفراد ، والجماهير، والجماعات ، والمنظمات المتعاملة مع البنك الإسلامي»، وذلك من خلال تقديم النماذج السلوكية الجيدة، والمواقف الإيجابية للبنك الإسلامى ، وقياداته، والعاملين به» مما يسهم فى توليد ، وتنمية الانطباعات الحسنة، والجيدة ، والشعورية ، واللاشعورية ، عن البنك لدى مختلف الأفراد ، والطوائف ، والمنظمات المتعاملة مع البنك الإسلامى ، ممايسهم فى النهاية ، فى تحسين اتجاهات ، ومواقف كافة الأطراف ، والجماعات ، والمنظمات المؤثرة فى المجتمع ، تجاه البنوك الإسلامية خاصة ، والمنظمات الإسلامة عامة.

٢ – المسئولية الاجتماعية للبنك الإسلامي، والحرص على تحقيق الصالح العام للمجتمع بكافة طوائفه ، وأفراده ، ومنظماته (١٢٨).

ويقصد بالمسئولية الاجتماعية كقوى دافعة هنا «التزام ، وتعهد متخذى القرارات– بالبنك الإسلامي– باتخاذ الإجراءات ، التى تكفل حماية وتحسين مستوى رفاهية المجتمع ككل، وذلك بالعمل على رعاية ، وحماية ، مصالح مختلف طوائف ، ومنظمات وأفراد المجتمع» (١٢٩). أى أن اهتمام البنك الإسلامى ـ وفق هذا العنصر كقوى دافعه ـ سوف يتجه لرعاية مصالح ، وأهداف ، كافة أصحاب المصالح بالمجتمع ، جنباً إلى جنب مع رعاية مصالح ، وأهداف البنك الإسلامى ، والموازنة بينهما باستمرار ، وعدم السماح بتغليب مصالح البنك على مصالح المجتمع ، وبخاصة أصحاب المصالح بهذا المجتمع.

والأسباب التى تدعو الباحث لإعلاء هذا العنصر ـ كقوى دافعة رئيسية للبنك الإسلامى ـ هى نفس الأسباب التى دعتنا لإعلاء الصورة الذهبية للبنك الإسلامى ـ كقوى دافعة ـ والتى من أهمها : الاسهام فى تحسين اتجاهات ، ومواقف كافة قوى الضغط ، والتأثير ، والجماعات ، والمنظمات ، والطوائف المختلفة ، وكافة أصحاب المصالح بالمجتمع ، تجاه البنك الإسلامى خاصة ، والمنظمات الإسلامية عامة».

ويرى أن المسئولية الاجتماعية– للبنك الإسلامي– يمكن القيام بها من خلال : (١٣٠)

١ – تحسين مستوي المعيشة لأفراد المجتمع Quality of Life

من خلال : الإسهام فى رعاية ، وتحسين صحة ، وأمن ، وبيئة ، ومستوى معيشة أفراد المجتمع.

٢ – الإدارة الإنسانية للعنصر البشرى Human Resource Management :

سواء على مستوى العاملين داخل البنك الإسلامى ، أو مختلف الجمهور، والمتعاملين مع البنك الإسلامي. ويرى الباحث فى هذا الصدد ، أن الطريق إلى تحسين التعامل ، والمعاملة الإنسانية لأفراد الجمهور ، لاتتأتى إلا من خلال تحسين التعامل ، والمعاملة الإنسانية ، لمختلف العاملين المنتسبين لهذا البنك الإسلامى ، بادئ ذى بدء.

٣– قوة البنك الإسلامي ، أو المنظمة Corporate Power

فإذا كان المجتمع يستطيع أن يؤثر على قوة البنك– من خلال قوى السوق، والتشريعات المختلفة ـ فكذلك تستطيع أن تؤثر قوة البنك الإسلامي، على قوة هذا المجتمع، ومن ثم ، فالأداء الجيد للبنك، والأرباح التى يحققها البنك ، والقيمة المضافة ، والإنتاجية المرتفعة للبنك الإسلامى ـ أو أى منظمة أخري بمثابة قوة، وإضافة لقوة المجتمع ، الذى يتواجد هذا البنك فى بيئته.

وتشير الأبحاث ، والدراسات ، (١٣١) إلى أن مواقف المنظمات ، تتباين تجاه المسئولية الاجتماعية، حيث لايقبل البعض القيام بأى مسئوليات اجتماعية ، ويرى أن ذلك يقع على عاتق الحكومات، وأن المسئولية الوحيدة التى يقبلونها ، هى القيام بتعظيم الربح.

"Firms are only responsible for maximizing profits.. while social responi-bility is seen to lie with the government".

- وهناك البعض الآخر من المنظمات ، الذى يقبل القيام ببعض المسئوليات الاجتماعية ، التى يرى أنها تحقق عائداً مباشراً ، فى الأمد الطويل ، وتسهم فى تحسين صورته الذهبية ، وتحقيق مركز متميز ، وتحسين موقفه التنافسى فى المجتمع.
- والاتجاه الثالث ، تتبناه بعض المنظمات المتقدمة ، والرائدة ، التى تجعل للمسئوليات الاجتماعية ، دوراً أساسياً فى إدارتها الاستراتيجية لأنشطتها، وبرامجها، وتلك المنظمات على استعداد للتضحية ببعض الأرباح ، من أجل رعاية بعض المصالح ، والمسئوليات الاجتماعية.
- والاتجاه الرابع للمنظمات ، يتمثل فى حرص البعض منها ، على خدمة المجتمع، وإعلائها للمسئوليات الاجتماعية ، واتخاذ تلك المسئولية غاية وحيدة لها، أما تحقيق الأرباح ، فتحتل أهمية ثانوية لديها.

ونحن نرى أن رسالة البنوك الإسلامية ، يجب أن تتضمن الاتجاه الثالث ، الذى «لايهمل المسئولية الاجتماعية فى سعيه ، لتحقيق التنمية ، والربحية» فى إطار مبادئ ، وأحكام الشريعة الإسلامية، تحقيقاً للتوازن بين كل من الصفة التنموية، والصفة الاستثمارية ، والصفة العقائدية (الأيديولوجية)، والصفة الاجتماعية ، التى تميز البنوك الإسلامية عن غيرها من البنوك، (١٣٢) فضلاً عن الصفات الأخرى .

وتجدر الإشارة فى هذا الصدد ، إلى الارتباط بين كل من : المسئولية الاجتماعية كقوى دافعة، والصورة الذهنية كقوى دافعة، فمما لاشك فيه ، أن قيام البنك الإسلامي- أو أى منظمة بمسئولياتها الاجتماعية ، يسهم إلى حد كبير فى تحسين صورتها الذهنية.

هـ- معيار الميزة التنافسية للبنك الإسلامى :«لكل بنك خصائصه ، وقدراته، وإمكانياته، وظروفه المتباينة عن غيره من البنوك ، والمنظمات - إسلامية أو غير إسلامية - ومن ثم ، فإن كل بنك من البنوك الإسلامية ، يتوافر لدية قدر من نقاط القوة ، والتميز، والنواحى الإيجابية ، التى يتفوق فيها على غيره من البنوك ، والمنظمات المنافسة، ومن ثم ، فيجب على كل بنك إسلامى ، أن يبنى رسالته من

خططه ، وبرامجه الاستراتيجية ، على ضوء الاستفادة، والاستغلال الأمثل ، لتك المميزات التنافسية.

ولاشك أن هذا المعيار ، لايتعارض مع أى أصل ، أ و نص من أصول ، أو نصوص الشريعة الإسلامية ، وعليه ؛ فليس ثمة مايمنع من الأخذ به ، كمعيار لتقويم رسالة البنك الإسلامي - من حيث المضمون - فضلاً عن أن التنافس فى الخير، أمر «محمود فى الإسلام» {وفى ذلك فليتنافس المتنافسون} (١٣٣). ومن منطلق «كل مُيسر لما خلق له».

تلك هى أهم المعايير الخاصة بتقويم الرسالة ، من منظور الفكر الإدارى الغربي، والتى تصلح لكى تكون معايير لتقويم رسالة البنك الإسلامي - من حيث المضمون - أخذاً فى الاعتبار، الملاحظات السابق الإشارة إليها فى هذا الصدد.

وبالإضافة إلى تلك المعايير ، فإن الباحث ، يرى إضافة المعيار التالى - فيما يتعلق بتقويم رسالة البنك الإسلامى - من حيث المضمون ، ليكون المعيار السادس.

و- معيار «الصفة العقائدية- الأيديولوجية للبنك الإسلامي» (١٣٤) كمعيار هام، يجب أن تتميز به رسالة البنوك الإسلامية ، عن رسالة غيرها من البنوك، من حيث التأكيد على قيام البنك الإسلامى ، بتطبيق : «نظام مصرفى جديد ، يلتزم بالأحكام القطعية ، التى وردت فى الشريعة الإسلامية - وخاصة - فى مجال المال ، والمعاملات» التى تنظر إلى المال ، والملكية الموجودة لدى الأفراد، والمنظمات ، على أنها - فى الحقيقة - ملكية مالك الملك ، الخالق سبحانه لكل مافى الكون ، من بشر ، وسواهم ، وأن البشر - كمستخلف فى الأرض، من قبل الخالق سبحانه - ليسوا مُلاكاً لما فى أيديهم ، بل هم مستخلفون فى ذلك بشرط ، وعهد (١٣٥).

ولاشك أن التحاكم إلى هذا المعيار ، هو الذى ألزم البنوك الإسلامية بالامتناع عن التعامل بالربا ، وألزمها بأداء الزكاة المفروضة شرعاً، وهو الذى ألزمها بأن تكون المنتجات، أو الخدمات ، التى يتعامل فيها البنك الإسلامى ، أو يمولها ، فى دائرة ما أحلته الشريعة الإسلامية.

وفى هذا الصدد تجدر الإشارة إلى ، أن معظم البنوك الإسلامية ، فى قوانين إنشائها، ومن خلال أهدافها العامة ، والأساسية ، قد أولت هذا المعيار اهتماماً ملحوظاً، وأشارت إليه ، وضمنته أهدافها الأساسية (١٣٦).

وهذا اتجاه محمود ، يجب تأكيده ، والحرص عليه ، والعمل به، ومن ثم ، وجب اتخاذ هذا العنصر معياراً لتقويم رسالة البنك الإسلامى ، من حيث المضمون.

المبحث الثالث :معايير تقويم رسالة البنك الإسلامى من حيث الصياغة :

أولاً : معايير تقويم صياغة رسالة المنظمة(١٣٧) :

يجب أن يتوافر فى وثيقة الرسالة ، الخصائص المعيارية التالية :

١ – أن تكون وثيقة الرسالة ، واضحة ، ومفهومه ، لكافة الأفراد بالمنظمة أو البنك الإسلامى (بما فيهم العاملون ، بكافة مستوياتهم).

٢ – أن تكون وثيقة الرسالة مختصرة ، وموجزة ، بالقدر المناسب ، الذى يتيح لمعظم الأفراد استيعابها ، وتذكرها ، واستحضارها دائما ، عند القيام بأى عمل، أو مهام. ويرى Pfeiffer وزميله ، أن وثيقة الرسالة ، يجب أن تكون فى حدود مائة كلمة ، أو أقل.

٣ – أن تتضمن وثيقة الرسالة ، تحديداً واضحاً لمجال عمل المنظمة ـ أو البنك الإسلامى ـ وذلك من خلال : تحديدها بدقة ،أو وضوح لماهية الاحتياجات الخاصة بالعملاء ، أو المستهلكين ، التى تسعى لاشباعها. وهذا التحديد لمجال العمل من «منطلق الاحتياجات» أعم ، وأهم ، وأدوم ، من تحديد مجال العمل من منطلق «تحديد نوعية المنتجات» المطلوب إنتاجها ، لإشباع هذه الاحتياجات وهذا يختلف عن رأى Greenley (١٣٨) ، الذى يرى تضمين وثيقة الرسالة بياناً ، بتحديد نوعية المنتجات المطلوب إنتاجها.

٤ – أن تبين وثيقة الرسالة ـ وبتركيز واضح ـ الدافع ، أو الالتزام الاستراتيجى الرئيسى ـ الأكثر أهمية ، وأولوية ـ لدى المنظمة ، أو البنك الإسلامي.

٥ – أن تعكس ، وتوضح ، وثيقة الرسالة ، الميزة التنافسية للمنظمة ـ أو البنك الإسلامى ـ التى تميزها عن غيرها من المنظمات أو البنوك.

٦ – يجب أن تكون وثيقة الرسالة عريضة بالقدر الكافى ، الذى يسمح بالمرونة فى التنفيذ، ومواجهة التغيرات الطارئة، وفى ذات الوقت ، يجب ألا تكون فضفاضة ، بحيث تؤدى لافتقاد المنظمة القدرة على التركيز ، والتوجيه الفعال لأنشطتها.

٧ – يجب أن تُعد وثيقة الرسالة ، بحيث تستخدم كنموذج تفسيرى ، وإرشادي، وتقويمي، وأن تكون الوسيلة التى تساعد المديرين ، وغير المديرين ، على اتخاذ القرارات بكفاءة ، وفعالية.

٨ – يجب أن تعكس الرسالة كلاً من :

– القيم Values.

- المعتقدات Beliefs.

- فلسفة العمل بالمنظمة ، أو البنك الإسلاميPhilosophy.

- الثقافة أو الحضارة التنظيمية للمنظمة ، أو البنك الإسلاميculture.

٩ - يجب أن تكون الغايات ، والأهداف التى تتضمنها وثيقة الرسالة ، غايات، وأهدافًا ممكنة التحقيق Attainable.

١٠- يجب صياغة وثيقة الرسالة ، والتعبير عنها ، فى كلمات قوية ، ومحفزة، تساعد على استخدامها كمصدر للطاقة ، والانطلاق ، وحشد الطاقات ، من أجل المنظمة، أو البنك الإسلامي.

١١- أن تعكس ، وتبين المسئولية الاجتماعية للمنظمة ، أو البنك الإسلامى ، وكذا الصورة الذهنية العامة ، التى يحرص على تكوينها لدى الجمهور، وذلك من خلال تأكيد الالتزام بالجودة ، والكفاءة فى الأداء ، والعلاقات الجيدة مع المحليات ، وخدمة البيئة الخاصة ، والعامة ، التى تتواجد فيها المنظمة.

١٢- أن تعكس ، وتبين ، وثيقة الرسالة ، حرص المنظمة على تطوير الأساليب، والوسائل التكنولوجية ، والفنية الحالية ، والمستقبلية ، التى ستستخدمها المنظمة، أو البنك الإسلامى فى تحقيق غاياته ، وأهدافه الرئيسية.

١٣- أن تعكس ، وتبين وثيقة الرسالة طموحات ، وتطلعات المنظمة - أو البنك الإسلامى - فيما يتعلق بمستوى النمو ، أو الربحية ، المطلوب تحقيقها ، وذلك من خلال بيان عدد من المقاييس العامة ، المعبرة عن مقدار النمو- أو الربحية- المستهدفة، والتى تتناسب مع الظروف المحيطة ، والإمكانيات ، والموارد المتاحة.

١٤- أن تكون الرسالة - من حيث الصياغة - موثقة، بمعنى أن تكون مكتوبة فى شكل وثيقة رسمية(١٣٩) ، فهذا التوثيق ، والعلانية بعد ذلك ، والفهم ، والتقبل، من قبل كافة الأفراد ، يُحقق لوثيقة الرسالة ، القدرة على تحقيق الغاية الرئيسية منها ألا وهى توجيه كافة الجهود بالمنظمة ، نحو غاية ، وغرض رئيسى واحد ، فضلاً عن كافة الأغراض الأخرى ، السابق الإشارة إليها ، فى المبحث الثانى من هذا البحث.

١٥- يجب أن تتضمن وثيقة الرسالة ، تحديداً لأهم المستهلكين ، والعملاء الأساسيين ، والأسواق الرئيسية ، التى ستتعامل معها المنظمة - أو البنك الإسلامى - بهدف إشباع، وتلبية احتياجاتهم ، فى مجال الأعمال المستهدف.

١٦- يجب أن تكون وثيقة رسالة المنظمة مُعلنة ، ومعروفة جيداً ، لكافة أعضاء المنظمة[١٤٠] ، ومقبولة منهم.

وتجدر الإشارة في هذا الصدد ، إلى أن تلك المعايير ، إنما تستخدم للإرشاد، والتقويم بشكل عام ، ولا يجب أن تستخدم كقيود ، وقوالب جامدة ، تتشكل فى إطارها وثيقة الرسالة ، تحد ، وتعوق قدرة إدارة المنظمة على الحركة ، والتفكير الخلاق[١٤١]، وكذلك تجدر الإشارة إلى ، أن المطلوب هو التزام المنظمات بهذه المعايير - إن أمكن - عند صياغة وثيقة الرسالة، وبقدر ما يتوافر قدر أكبر من هذه المعايير فى وثيقة الرسالة ، بقدر ما يتوافر قدر أكبر من الكفاءة ، والفعالية فى هذه الوثيقة، ومن ثم يمكن استخدامها فى عملية توجيه ، وتقويم أداء ، وأنشطة المنظمة، بفعالية أكبر[١٤٢].

ويرى الباحث ، أن تلك المعايير - الخاصة بصياغة وثيقة رسالة المنظمة - هى فى حقيقتها نوعان من المعايير :

النوع الأول من معايير الصياغة ، يمكن أن نطلق عليه:

*** معايير صياغة شكل الوثيقة : وتتكون من المعايير التالية :**

١ - معيار صياغة وثيقة الرسالة صياغة واضحة ، «وفى عبارات ، وكلمات مفهومة» من الجميع.

٢ - معيار أن تصاغ وثيقة الرسالة بطريقة مرنة ، ومتوازنة ، تسمح بمواجهة التغيرات ، وتساعد فى ذات الوقت على تركيز الأنشطة ، والجهود.

٣ - معيار أن تصاغ وثيقة الرسالة فى شكل نموذج تفسيرى ، وإرشادى ، وتقويمى يساعد على التوجيه الفعال ، واتخاذ القرارات.

٤ - معيار أن تصاغ الرسالة فى شكل رسمي، بأن تتخذ شكل الوثيقة.

٥ - معيار أن تصاغ وثيقة الرسالة فى عبارات قوية ، ومحفزة.

٦ - معيار أن تكون وثيقة الرسالة معلنة ، ومعروفة ، ومقبولة من الجميع.

٧ - معيار أن تصاغ وثيقة الرسالة صياغة مختصرة ، موجزة ، تساعد على تذكرها.

هذا عن النوع الأول، أما عن النوع الثاني من معايير الصياغة ، فيمكن أن نطلق عليه:

*** معايير صياغة مضمون الوثيقة : وتتكون من المعايير التالية:**

١ - معيار وجوب تحديد الوثيقة لمجال عمل المنظمة ، بتحديد ماهية الاحتياجات التى ستعمل على إشباعها.

٢ – معيار وجوب اشتمال الوثيقة على الدافع الرئيسى ، أو الالتزام الاستراتيجي، الأكثر أهمية لدى المنظمة.

٣ – معيار وجوب اشتمال الوثيقة على بيان الميزة التنافسية للمنظمة.

٤ – معيار وجوب اشتمال الوثيقة على ما يعلى القيم ، والمعتقدات ، وفلسفات التشغيل ، وحضارة المنظمة.

٥ – معيار وجوب أن تكون الاحتياجات ، والغايات ، والطموحات التى تضمنتها الرسالة ، ممكنه التحقيق.

٦ – معيار وجوب ، واشتمال الرسالة على بيان لأهم العملاء ، والأسواق الرئيسية للمنظمة.

٧ – معيار وجوب اشتمال الوثيقة على ما يعلى ، ويؤكد المسئولية الاجتماعية والصورة الذهنية العامة للمنظمة لدى الجمهور.

٨ – معيار وجوب اشتمال الوثيقة على ما يعلى ويؤكد حرص المنظمة على تطوير الأساليب والوسائل التكنولوجية الحالية ، والمستقبلية.

٩ – معيار وجوب اشتمال الوثيقة على ما يشير ، ويدل على طموحات المنظمة فيما يتعلق بمستوى النمو – أو الربحية – التى تسعى المنظمة لتحقيقها.

تلك هى أهم المعايير المتعلقة بصياغة وثيقة الرسالة ، سواء من حيث شكل الوثيقة، أو مضمونها.

ثانياً : معايير تقويم صياغة رسالة البنك الإسلامى :

على ضوء ما سبق أن أشرنا ، إليه ـ من وجوب الوقوف على نتائج الأبحاث، والدراسات ، والمناهج ، والأسس ، والمبادئ العلمية ، بل وجوب الأخذ بها ، مادامت لم تتعارض مع نص من نصوص الشريعة الإسلامية، ومادامت لم تتعارض مع أصل من أصول تلك الشريعة الغراء ـ على ضوء ذلك ، فإننا نرى أن معايير تقويم رسالة المنظمة بشكل عام ـ والمستقاة من مراجع ، وكتابات رجال الفكر الإدارى الحديث ـ وجلهم من رجال الفكر الغربى ـ تصلح بذاتها لأن تكون معايير لتقويم رسالة البنك الإسلامي. وهذا من منطلق عدم وجود تعارض ما ، بين ما جاء بتلك المعايير ، وما جاءت به الشريعة الإسلامية ، بل إن عدداً من تلك المعايير ، يتوافق ، ويتطابق ، مع ما جاءت به الشريعة الإسلامية، فيما يتعلق بسمات ، ومقومات تلك الرسالة الخاتمة «رسالة المصطفى عليه الصلاة والسلام» ونتناول ـ فيما يلى ـ تلك المعايير ، من هذا المنطلق :

١ – معيار «أن تكون رسالة البنك الإسلامي واضحة ، ومفهومة لكافة الأفراد، ألا يتوافق ذلك مع قول الحق سبحانه ، وتعالى : {ولقد يسرنا القرآن للذكر فهل من مدكر}(١٤٠) وقوله سبحانه ، وتعالى عن القرآن الكريم ـ كأعظم رسالة لأعظم رسول ـ {قرآنا فرقناه لتقرأه على الناس على مكث}(١٤١) وقوله سبحانه عن الرسول المبلغ للرسالة : {وما أرسلنا من رسول إلا بلسان قومه ليبين لهم} ، (١٤٢) {فهل على الرسل إلا البلاغ المبين} ، (١٤٣) {تلك آيات الكتاب وقرآن مبين} (١٤٤).

ألا يتوافق هذا المعيار ـ أيضاً ـ مع قول الرسول الكريم «أُمرتُ أن أخاطب الناس على قدر عقولهم»؟ (١٤٥)

٢ – معيار «أن تكون وثيقة رسالة البنك الإسلامي مختصرة ، وموجزة: وهذا المعيار يتوافق مع طبيعة ، ونسق القرآن الكريم ـ الرسالة الخاتمة المنزلة على الرسول الخاتم، وما حواه من إعجاز بيانى ، ولغوى ـ ويتوافق كذلك ، مع قول المصطفى عليه الصلاة والسلام « .. وأعطيت جوامع الكلم ، وفواتحه» (١٤٦).

٣ – معيار «التحديد الواضح لمجال عمل البنك الإسلامي ، من خلال تحديد ماهية الاحتياجات الإنسانية ، التي يسعى البنك لإشباعها ، وتلبيتها». وهذا المعيار لا يتعارض مع أى نص ، أو أصل ، من نصوص ، أو أصول ، وأحكام الشريعة الإسلامية، شريطة ألا يكون فى هذا التحديد ، أى خروج على المصالح الشرعية ، التى أقرتها ، ورعتها الشريعة الإسلامية، بل يجب أن تكون تلك الاحتياجات ـ التى سيعمل البنك الإسلامى على إشباعها ـ منبثقة ، ومتوافقة مع المصالح ، والمقاصد التى تكفلت الشريعة الإسلامية بحفظها ، ورعايتها.

وعليه ، نستطيع إعادة صياغة هذا المعيار ، ليكون كالآتى :

«التحديد الواضح ، والدقيق ، والمتوازن لمجال عمل البنك الإسلامى ، من خلال تحديد ماهية الاحتياجات الإنسانية ، التى يسعى البنك لإشباعها ، وتلبيتها ، شريطة أن تكون منبثقة ، ومتوافقة ، مع المقاصد الشرعية للشريعة الإسلامية».

٤ – معيار «بيان ، وتحديد الدافع ، أو الالتزام الاستراتيجى الرئيسى – الأكثر أهمية وأولوية – لدى البنك الإسلامي» : وهذا التحديد المعيارى لا يتعارض مع الشريعة الإسلامية ، «شريطة» ألا يكون فى هذا الدافع ، أو الالتزام ، تحريم لما أحل الله ، أو تحليل لما حرم الله ، وجاءت به الشريعة الإسلامية.

٥ – معيار «بيان ، وتحديد الميزة التنافسية للبنك الإسلامي» : وهذا التحديد المعيارى لا يتعارض كذلك مع الشريعة الإسلامية ، شريطة ألا يكون فى تلك الميزة التنافسية ، التى سيعلى من شأنها البنك الإسلامى ـ أو أى منظمة إسلامية ـ ما

يحل حراماً ، أو يحرم حلالاً أتت به الشريعة الإسلامية، فالتنافس، والتسابق فى الخير محمود، وتوظيف الفرد المسلم ، أو المنظمة الإسلامية ـ لما حباه الله ، أو حباها من تميز ، ومن فضل التوظيف الصحيح ـ أمر محمود ، «فكل ميسر لما خلق له».

٦ – «معيار» أن تكون وثيقة الرسالة متوازنة ، ومرنة التحديد : فلا هى فضفاضة، بحيث لا تساعد البنك الإسلامى على التركيز ، والتوجيه الفعال لأنشطته، ولا هى شديدة التحديد ، وضيقة ، بحيث تضع قيوداً على حركة البنك الإسلامي، وقدرة إدارته على مواجهة التغيرات الطارئة ، والمستجدات البيئية. وهذا التحديد المعياري، لا يتعارض كذلك مع الشريعة الإسلامية فى شيء.

٧ – «معيار» أن تستخدم وثيقة رسالة البنك الإسلامى كنموذج تفسيرى ، وإرشادى وتقويمي، ووسيلة لمساعدة المديرين ، والمسئولين بالمنظمة ، على اتخاذ القرارات بكفاءة ، وفعالية:

وهذا المعيار ، ليس فيه أى تعارض مع الشريعة الإسلامية

٨ – معيار «أن تبين ، وتعكس وثيقة رسالة البنك الإسلامى ، كلاً من القيم، والمعتقدات، وفلسفة العمل ، والثقافة التنظيمية للبنك الإسلامى ، أو المنظمة الإسلامية»:

هنا لابد أن نضيف الآتى :

«شريطة أن تكون القيم ، والمعتقدات ، وفلسفات العمل ، وغيرها ، منبثقة، ومتوافقة مع القيم ، والعقيدة الإسلامية ، وكل المبادئ السامية التى جاءت بها الشريعة الإسلامية الغراء، ومتوافقة مع المقاصد الشرعية للشريعة الإسلامية.

٩ – معيار «أن تكون غايات ، وطموحات وثيقة رسالة البنك الإسلامى ، غايات، وطموحات ممكنة التحقيق»: ـ

وهذا المعيار ، ليس فيه تعارض مع الشريعة الإسلامية فى شيء.

١٠– معيار «أن تكون صياغة وثيقة رسالة البنك الإسلامى ، فى كلمات قوية، ومحفزة، تساعد على استخدامها كمصدر للطاقة ، والانطلاق ، وحشد قدرات ، وطاقات العاملين ؛ من أجل تحقيق غايات ، وأهداف البنك الإسلامي»:

وهذا المعيار ، ليس فيه أى تعارض مع الشريعة الإسلامية، بل إن الاسترشاد بآيات وكلمات القرآن الكريم ، المضيئة ، القوية ، وبديع ، وحكيم صنعه، ونظمه ، يشير إلى أن هذا المعيار يتوافق مع الشريعة الإسلامية، فضلاً عن أنه لا يتعارض معها، وشاهدنا على ذلك ، قول الحق سبحانه عن كتابه الكريم، ومدى جلاله ،

وقوة ، وعمق تأثيره : {لو أنزلنا هذا القرآن على جبل لرأيته خاشعا متصدعاً من خشية الله} (١٤٧).

وقول الحق سبحانه ، عن قوة تأثير كتابه الكريم ، فى الصفوة المهتدين ، من أهل العلم ، والعلماء:

{قل آمنوا به أو لا تؤمنوا إن الذين أوتوا العلم من قبله إذا يُتلى عليهم يخرون للأذقان سُجدا * ويقولون سبحان ربنا إن كان وعد ربنا لمفعولا * ويخرون للأذقان يبكون ويزيدهم خشوعاً} (١٤٨).

١١- معيار «أن تبين ، وتعكس ، رسالة البنك الإسلامى ، المسئولية الاجتماعية للبنك ، وتقديم وتدعيم الصورة الذهنية للبنك لدى الأفراد ، والجماهير، والمنظمات المتعاملة مع البنك، من خلال التأكيد على الالتزام بالجودة، والكفاءة فى العمل، والعلاقات الجيدة مع الأفراد ، والجماهير بالبيئة، والمجتمع»:

وهذا المعيار ، لا يتعارض مع الشريعة الإسلامية فى شيء، بل إننا نرى أن البنك الإسلامى ، كتجربة جديدة، وفى ظل المعطيات البيئية المحلية ، والعالمية التى قد تكون غير محابية ، أحوج ما يكون لتأكيد هذا المعيار ، والالتزام به فى رسالته، من أجل تقديم صورة ذهنية مشرفة للبنك الإسلامى ، لتدعيم، وإثراء هذا المنهج، وتلك التجربة المشرفة.

١٢- معيار «أن تكون رسالة البنك الإسلامى موثقة» : بمعنى أن تكون مكتوبة فى شكل وثيقة رسمية ، تلقى التقدير ، والاهتمام من الجميع. وهذا المعيار ، لا يتعارض مع الشريعة الإسلامية ، خاصة فى المعاملات - صغيرها ، وكبيرها - وصدق الحق سبحانه ، وتعالى إذ يقول : {ولا تسئموا أن تكتبوه صغيراً أو كبيراً إلي أجله}(١٤٩). وهذا التوثيق يساعد على وجود مرجع دائم ، لتوجيه، وتقويم أداء ، وأنشطة العاملين ، ودرء أى اختلاف.

١٣- معيار «أن تبين ، وتعكس ، رسالة البنك الإسلامى ، حرص البنك على تطوير ، وتحديث أساليبه ، ووسائله الفنية ، والتكنولوجية ، من أجل تحقيق غاياته ، وأهدافه ، بكفاءة ، وفعالية» : والأخذ بهذا المعيار ، لا يتعارض مع الشريعة الإسلامية.

١٤- معيار «إن تبين ، وتعكس ، رسالة البنك الإسلامى ، طموحات ، وتطلعات البنك، فيما يتعلق بمستوى النمو ، أو الربحية المطلوب تحقيقهما ، بما يتناسب مع الظروف المحيطة ، والإمكانيات ، والموارد المتاحة».

ولا يتعارض هذا المعيار فى شيء مع الشريعة الإسلامية ، مادامت الأنشطة التى يمارسها البنك ـ لتحقيق المستوى المطلوب من النمو ، أو الربحية ـ كلها أنشطة تتفق مع الشريعة الإسلامية.

١٥- معيار «أن تبين الرسالة أهم العملاء ، والمستهلكين الأساسيين ، والأسواق الرئيسية للبنك الإسلامي» : وهذا المعيار لا يتعارض مع أى نص ، أو أصل ، من نصوص، أو أصول ، الشريعة الإسلامية، بل نرى توظيف هذا المعيار ، من أجل التنسيق بين البنوك الإسلامية، فيما يتعلق بالاتفاق فيما بينها ، على الحصة التسويقية لكل منها، فضلاً عن الاتفاق على السوق ، الذى ستخدمه كل منها.

١٦- معيار «أن تكون رسالة البنك الإسلامى ، معلنة ، ومعروفة جيداً ، لكافة أعضاء المنظمة ، ومقبولة منهم»:

وهذا المعيار لا يتعارض ـ أيضاً ـ مع الشريعة الإسلامية، بل إن هذا المعيار، «الذى يؤكد على أهمية تقبل العاملين ، لرسالة البنك الإسلامي» ، يتوافق إلى حد كبير مع الشريعة الإسلامية السمحاء ، التى تُعلى من شأن الإيمان الصادر عن قناعة، وتقبل. فالإنسان المؤمن عن فهم ، ووعى ، بأى قضية من القضايا ، أو رسالة من الرسالات ، يستطيع أن يعطى ، ويبذل الكثير من الجهد، والطاقة ، من أجل الانتصار لتلك القضية، وإعلاء شأن الرسالة ، التى آمن بها. فالشريعة الإسلامية ـ حتى فى مجال الإيمان بالدين الإسلامى ـ تُقر بمبدأ الاقتناع ، والتقبل ، وترفض مبدأ الإكراه ، وصدق الحق سبحانه ، وتعالى إذ يقول : {لا إكراه فى الدين قد تبين الرشد من الغى}(١٥٠).

وعلى ضوء العرض ، والتحليل السابق ، يتضح عدم وجود تعارض ، بين تلك المعايير ، وما جاءت به الشريعة الإسلامية ، بل إن عدداً من تلك المعايير، يتوافق مع ما جاءت به الشريعة الإسلامية. ومؤدى هذا ، أن تلك المعايير ، يصح التحاكم إليها لتقويم رسالة البنك الإسلامى ـ من حيث الصياغة ـ أو رسالة أى منظمة إسلامية ، من حيث الصياغة. هذا فضلاً عن المعيار التالي، الذى نعتقد أنه يتناسب مع طبيعة ، وخصائص البنك الإسلامى ، ومنطلقاته العقائدية.

١٧- معيار «أن تبين الرسالة الصفة العقائدية ـ الأيديولوجية ـ للبنك الإسلامي»: لتأكيد تميز البنك الإسلامى ، عن غيره من البنوك غير الإسلامية ، من حيث التزام البنك بتطبيق نظام مصرفى جديد، يلتزم بالأحكام القطعية ، التى وردت فى الشريعة الإسلامية – وخاصة – فى مجال المال ، والمعاملات.

تلك هي معايير الحكم على صياغة رسالة البنك الإسلامي، ويمكن لنا أن نصنف تلك المعايير إلي: نوعين من معايير الصياغة، النوع الأول : يمكن أن نطلق عليه:-

* **معايير صياغة شكل الوثيقة : وتتكون من المعايير التالية :**

١ - معيار صياغة وثيقة رسالة البنك الإسلامي، صياغة واضحة ، وعبارات مفهومة من كافة الأفراد العاملين ، والمتعاملين مع البنك.

٢ - معيار صياغة وثيقة الرسالة ، بطريقة مرنة ، ومتوازنة، بحيث تساعد البنك على مواجهة أى متغيرات طارئة ، أو مستجدات بيئية، وفى ذات الوقت تساعد على تركيز الأنشطة ، والجهود.

٣ - معيار أن تصاغ وثيقة رسالة البنك فى شكل نموذجي تفسيري ، وإرشادي، وتقويمي، يساعد على التوجيه ، واتخاذ القرارات ، من قبل المسئولين بالبنك.

٤ - معيار أن تصاغ وثيقة رسالة البنك فى عبارات قوية ، ومحفزة لطاقات ، وقدرات العاملين ، والمسئولين بالبنك.

٥ - معيار أن تصاغ رسالة البنك فى شكل رسمي ، وأن تتخذ شكل الوثيقة، لكي تتخذ كمرجع دائم للتوجيه ، والتقويم ، ودرء أى اختلاف.

٦ - معيار أن تكون وثيقة رسالة البنك معلنة ، ومعروفة جيداً ، ومقبولة من كافة العاملين ، والمسئولين بالبنك الإسلامي.

٧ - معيار أن تصاغ وثيقة رسالة البنك صياغة مختصرة ، موجزة ، تساعد على تذكرها، واستحضارها من قبل كافة العاملين ، والمسئولين بالبنك الإسلامي.

هذا فيما يتعلق بمعايير النوع الأول من معايير الصياغة، ونتناول - فيما يلي - معايير النوع الثاني من تلك المعايير ، والتي يمكن أن نطلق عليها:

* **معايير صياغة مضمون الوثيقة : وتتكون من المعايير التالية :**

١ - معيار وجوب تحديد الوثيقة مجال عمل البنك الإسلامي ، من خلال التحديد الواضح لماهية الاحتياجات الإنسانية ، المتوافقة مع المقاصد الشرعية للشريعة الإسلامية ، والتي سيسعى البنك لإشباعها ، وتلبيتها.

٢ - معيار وجوب اشتمال الوثيقة على : الدافع الرئيسي ، أو الالتزام الاستراتيجي - الأكثر أهمية ، وأولوية - لدى البنك الإسلامي، وفى إطار من الالتزام بالشريعة الإسلامية ، من هذا الصدد.

٣ – معيار وجوب اشتمال الوثيقة على بيان الميزة التنافسية للبنك الإسلامى ، فى إطار ما أمرت به الشريعة الإسلامية.

٤ – معيار وجوب اشتمال الوثيقة على ما يُعلى القيم ، والمعتقدات ، والمبادىء الإسلامية.

٥ – معيار وجوب اشتمال الوثيقة على ما يُعلى ، ويؤكد المسئولية الاجتماعية، والصورة الذهبية العامة للبنك الإسلامى ، لدى الجمهور، وكافة أفراد المجتمع.

٦ – معيار اشتمال وثيقة البنك على ما يُعلى ، ويؤكد حرص البنك الإسلامي، على التطوير المستمر لأساليبه ، ووسائله التكنولوجية ، والفنية ، وتحديثها .

٧ – معيار اشتمال الوثيقة على ما يوضح ، ويشير إلى طموحات البنك ، فيما يتعلق بمستوى النمو ، والربحية التى يستهدفها ، فى إطار المبادئ ، والقيم الإسلامية.

٨ – معيار وجوب اشتمال الوثيقة على بيان لأهم عملاء البنك ، وأسواقه الرئيسية.

٩ – معيار أن تكون الغايات ، والاحتياجات ، والطموحات التى تضمنتها وثيقة رسالة البنك الإسلامى ، ممكنة التحقيق.

١٠– معيار وجوب اشتمال ، وتضمين وثيقة رسالة البنك ، الصفة العقائدية ـ الأيديولوجية ـ للبنك الإسلامى ، وتأكيد تميزه عن غيره من البنوك غير الإسلامية فى مجال المال ، والمعاملات ، من حيث التزامه التام بالأحكام القطعية ، التى وردت فى الشريعة الإسلامية فى هذا الصدد.

وختامًا : تلك هى أهم المعايير التى يجب التحاكم إليها ، للحكم على مدى كفاءة ، وفعالية رسالة البنوك الإسلامية ، سواء من حيث :

١ – العوامل ، والمنطلقات المعيارية المؤثرة على تكوين وصياغة رسالة البنك الإسلامى .

٢ – المعايير الخاصة ، بتقويم مضمون رسالة البنك الإسلامى .

٣ – المعايير الخاصة ، بتقويم صياغة وثيقة رسالة البنك الإسلامى .

النتائج والتوصيات

النتائج :

أولا: فيما يتعلق بواقع رسالة البنك الإسلامي:

أسفر البحث عن النتائج الهامة التالية:

(١)أن جميع البنوك الإسلامية ـ موضع البحث ـ تفتقر لوجود رسالة واضحة، ومعلنة ، وموثقة.

(٢) أن الغالبية العظمى من رجال الفكر الإدارى العربى المعاصر ـ موضع البحث ـ تفتقر كتاباتهم لوجود تحديد واضح لمفهوم ، وماهية ، رسالة المنظمة ـ بشكل عام ـ ناهيك عن رسالة البنك الإسلامي.

ثانيا: فيما يتعلق بأهمية الرسالة للبنك الإسلامي:

أسفر البحث عن النتائج التالية:

(١) أن توافر الرسالة ، يُعد ضرورة حيوية لأى منظمة، نظراً للعديد من المنافع، والأهداف ، التى يحققها توافر الرسالة للمنظمة ، والتى من أهمها:

١ / ١ : توحيد ، وتحديد ، الغرض الرئيسى للمنظمة.

١ / ٢ : توفير الرؤية المستقبلية طويلة الأمد للمنظمة.

١ / ٣ : توفير أساس لتقويم الأهداف ، والقرارات ، والخطط الاستراتيجية للمنظمة.

١ / ٤ : القضاء ، والحد ، من ظاهرة التعارض بين أهداف المصالح بالمنظمة.

(٢) أن رسالة المنظمة تتزايد أهميتها، وتتزايد أهمية مراجعتها ، وتقويمها بدرجة كبيرة ، فى ظل توافر عدد من العوامل ، والمتغيرات من أهمها:

٢ / ١ : عند حدوث تغيرات جوهرية ، فى البيئة الخارجية للمنظمة.

٢ / ٢ : عند حدوث تغيرات جوهرية ، فى بيئة المنافسين ، أو العملاء ، أو الموردين.

٢ /٣ : عند حدوث تغيرات جوهرية ، فى مستويات الإدارة العليا بالمنظمة.

٢ / ٤ : عند حدوث تغيرات جوهرية ، فى تكوين المؤسسين ، وأصحاب رأس المال بالمنظمة.

٢ / ٥ : عند حدوث تغيرات جوهرية ، فى حجم الموارد المتاحة للمنظمة.

(٣) أن توافر الرسالة الواضحة ، والمحددة ، والفعالة للبنك الإسلامى ، يعتبر أمراً فى غاية الأهمية - وليس هذا من منطلق الأهمية التى للرسالة بشكل عام فحسب - وإنما كذلك من طبيعة التوجه الإسلامى للبنوك الإسلامية ، كتجربة رائدة فى مجال المال، والاستثمار ، والتنمية ، هذا فضلاً عن وجود عدد من المتغيرات ، والتحديات التى تواجه البنك الإسلامى ، والتى من أهمها:

٣ / ١ : عدم الفهم الصحيح لحقيقة الإسلام ، وحقيقة رسالته، وسعى البعض للإساءة إلى الإسلام عن قصد ، أو عن جهل.

٣ / ٢ : تخوف بعض القادة ، والمسئولين فى بلاد الأمة الإسلامية ، وتحفظهم على التوجه الإسلامي.

٣ / ٣ : تفشى ظاهرة التغريب ، والتقليد للحضارة الغربية.

٣ / ٤ : الموقف السلبى ، لقطاع كبير من وسائل الإعلام ، من التوجه الإسلامي.

٣ / ٥ : التحفظات ، والعقبات ، التى تضعها ، وتثيرها ، جماعات التبشير ، فى وجه التوجه الإسلامي.

(٤) أن المراجعة ، والتقويم الدورى ، لرسالة البنك الإسلامى ، على ضوء تلك العوامل ، تعتبر أمراً ضرورياً.

ثالثا: فيما يتعلق بماهية رسالة البنك الإسلامي:

ولقد أسفر البحث عن النتائج التالية فى هذا الصدد:

(١) أن «الرسالة» كلفظ ، ومعنى ، لها مكانة سامية فى الإسلام ، فهى تستخدم فى الإسلام ، للدلالة على أمر جلل ، فى غاية الأهمية ، كما أن تلك الكلمة - بتخريجاتها اللغوية - قد ورد ذكرها فى القرآن الكريم (٢٦٦ مرة)، وفى المقابل لم يرد ذكر أى من الكلمات البديلة فى القرآن - ولو لمرة واحدة - كالأغراض ، والغايات ، والأهداف.

(٢) أن جوهر الرسالة فى الفكر الإدارى المعاصر ، يتمثل فى : «تحديد الغاية النهائية ، والمبرر الرئيسى ، من وجود المنظمة فى المجتمع».

(٣) أن أهم المحاور ، التى يقوم عليها المفهوم الاصطلاحى ، لرسالة المنظمة هي:

٣ / ١ : محور مبرر الوجود الرئيسي.

٣ / ٢ : محور التوجه المستقبلى للرسالة.

٣ / ٣ : محور تحديد طبيعة مجال الأعمال.

٣ / ٤ : محور الاستجابة لاحتياجات المجتمع.

٣ / ٥ : محور عمومية ، وشمولية الرسالة.

(٤) أن جوهر رسالة البنك الإسلامي ، تتمثل في : «تحديد الغاية النهائية ، أو المقصد العام ، والنهائي للبنك ، والذى يجب أن ينبثق ، ويتوافق مع المقاصد العامة للشريعة الإسلامية ، وخاصة مقصد حفظ ، ورعاية المال».

هذا ما أسفر عنه البحث ، فيما يتعلق بواقع رسالة البنك الإسلامى ، وفيما يتعلق بأهمية ، وما هية رسالة البنك الإسلامى . أما فيما يتعلق بمعايير تقويم رسالة البنك الإسلامى ، فنتناول - فيما يلى - أهم نتائج البحث فى هذا الصدد:

أولا: لقد أسفر البحث عن وجود عدد من العوامل المعيارية المؤثرة على تكوين رسالة المنظمة ، والتى يجب التحاكم إليها ، وأخذها فى الاعتبار، عند تحديد ، وصياغة رسالة أى منظمة ، ومن أهم تلك العوامل المعيارية:

(١) تاريخ ، وخبرة المنظمة.

(٢) الميزة ، أو الميزات التنافسية للمنافسين.

(٣) الفرص ، والتهديدات البيئية.

(٤) مصالح ، وأهداف أصحاب المصالح.

(٥) المصادر ، والموارد المتاحة للمنظمة.

(٦) القيم السائدة بالبيئة الداخلية ، والخارجية .

وبخصوص العوامل المعيارية ، المؤثرة على تكوين رسالة البنك الإسلامى ، فقد انتهى البحث إلى وجوب الأخذ بالعوامل المعيارية ، شريطة ألا يترتب على الأخذ بأى منها ، وجود تعارض مع أحكام ، وأصول الشريعة الإسلامية.

ثانيا: فيما يتعلق بتقويم رسالة البنك الإسلامي ، من حيث المضمون:

(١) أسفر البحث عن : أن رسالة المنظمة ، يجب أن يتوافر بها العناصر المعيارية التالية:

١ / ١ : التحديد الدقيق للاحتياجات ، التى ستعمل المنظمة على إشباعها، والتى تعبر عن ، وظيفة ومجال عمل المنظمة الأساسى .

١ / ٢ : التحديد الدقيق للقطاع التسويقى ، التى ستعمل المنظمة على تلبية احتياجاته ، فى مجال عملها الأساسى .

١ / ٣ : التحديد الدقيق للقوة الدافعة الرئيسية «لعنصر الرئيسى ، موضع الاهتمام الرئيسى للمنظمة».

١ / ٤ : التحديد الدقيق للميزة التنافسية للمنظمة.

١ / ٥ : التحديد الدقيق للوسائل الرئيسية ، التى تستخدمها المنظمة ، لتحقيق غاياتها.

(٢) كذلك أسفر البحث عن : أن رسالة البنك الإسلامي ، يجب أن يتوافر بها، العناصر المعيارية السابقة ، شريطة أن تعاد صياغتها بشكل ، يؤكد ضرورة توافقها مع نصوص ، وأحكام ، ومقاصد الشريعة الإسلامية، وخاصة فيما يتعلق بالمعايير التالية:

٢ / ١ : التحديد الدقيق للاحتياجات ، التى سيعمل البنك الإسلامى على إشباعها، على أن تكون منبثقة ، ومتوافقة ، مع المقاصد العامة للشريعة الإسلامية».

٢ / ٢ : التحديد الدقيق للقوة الدافعة الرئيسية «العنصر الرئيسى ، موضع الاهتمام الرئيسى للبنك الإسلامي» على أن يتم إعلاء كل من: المسئولية الاجتماعية للبنك ، والصورة الذهنية للبنك الإسلامى ، لدى الجمهور، وأن يكونا من بين القوى الدافعة الرئيسية ، ذات الأولوية».

كذلك أسفر البحث فى هذا الصدد ، عن إضافة المعيار التالي:

٢ / ٣ : معيار «الصفة العقائدية ـ الأيديولوجية للبنك الإسلامى ، ووجوب تأكيد الرسالة ، وإبرازها لأهمية ، وحتمية التوجه الإسلامى ، للبنك الإسلامى ووجوب التزامه ، فى كافة معاملاته ، بالأحكام القطعية التى وردت بالشريعة الإسلامية عامة، وفى مجال المال ، والمعاملات خاصة.

ثالثا: فيما يتعلق بتقويم رسالة البنك الإسلامى ، من حيث الصياغة:

لقد أسفر البحث عن أن معايير تقويم رسالة المنظمة ، فى هذا الصدد ، تصلح لأن تكون معايير لتقويم رسالة البنك الإسلامى ـ من حيث الصياغة ـ شريطة أن يتم صياغتها بما يتوافق مع أصول ، وأحكام الشريعة الإسلامية، وأن من أهم معايير صياغة الرسالة ، المعايير التالية:

(١) معيار: أن تكون الصياغة فى عبارات واضحة ، ومفهومة من كافة العاملين والمتعاملين مع البنك الإسلامى .

(٢) معيار: أن تكون الصياغة فى عبارات مرنة ، ومتوازنة ، بحيث تساعد البنك على مواجهة أى مستجدات بيئية ، وفى ذات الوقت تساعد على تركيز الأنشطة ، والجهود بالبنك.

(٣) معيار: أن تكون الصياغة فى عبارات قوية ، ومحفزة لطاقات ، وقدرات العاملين بالبنك.

(٤) معيار: أن تصاغ رسالة البنك معلنة ، ومعروفة ، ومقبولة من كافة العاملين، والمسئولين بالبنك الإسلامي.

(٦) معيار: أن تصاغ رسالة البنك صياغة مختصرة ، موجزة ، تساعد على تذكرها، واستحضارها من قبل كافة العاملين ، والمسئولين بالبنك الإسلامي.

(٧) وجوب تضمين وثيقة الرسالة ، واشتمالها على : كافة العناصر المعيارية ، الخاصة بمضمون رسالة البنك الإسلامى ، وخاصة:

٧ / ١ : اشتمال الوثيقة على : التحديد الدقيق ، للاحتياجات الإنسانية المتوافقة مع الشريعة الإسلامية ، التى سيعمل البنك على إشباعها ، والمحددة لمجال عمل البنك الإسلامي.

٧ / ٢ : اشتمال الوثيقة على : التحديد الدقيق للدافع ، أو الالتزام الرئيسى للبنك الإسلامى ، والمتوافق مع الشريعة الإسلامية.

٧ / ٣ : اشتمال الوثيقة على : التحديد الدقيق ، للميزة التنافسية للبنك الإسلامي.

٧ / ٤ : اشتمال الوثيقة على : ما يؤكد ، ويعلى المسئولية الاجتماعية ، والصورة الذهنية للبنك الإسلامى ، لدى الجمهور ، وكافة أفراد المجتمع.

٧ / ٥ : اشتمال الوثيقة على : ما يعلى ، ويؤكد حرص البنك ، والتزامه بالتوجه الإسلامي، وإبراز الصفة العقائدية للبنك الإسلامى ، وتميزه عن غيره من البنوك غير الإسلامية.

تلك هى أهم النتائج التى أسفر عنها البحث، وعلى ضوء تلك النتائج ، يتبين صحة الفروض ، التى وضعت لهذا البحث، كما أن تلك النتائج ، توضح من جهة أخرى ، أنه قد تمت الإجابة على كافة التساؤلات ، الخاصة بهذا البحث.

والمأمول فيه ، أن يتم ترجمة تلك العناصر ، والمعايير الخاصة برسالة البنك الإسلامي، فى شكل قائمة ، أو استمارة استقصاء ، تستخدم للتقويم ، وللإرشاد، والتوجه ، لعلاج ، ومواجهة أى جوانب قصور ، تتعلق بوضع وتحديد، وتقويم رسالة البنوك الإسلامية.

التوصيات :

(١) وجوب قيام اتحاد البنوك الإسلامية، والمعهد العالمى للفكر الإسلامي، والجامعات ، والمراكز البحثية الإسلامية، بتوعية المسئولين بالبنوك الإسلامية، بأهمية وضع ، وتحديد رسالة واضحة ، وموثقة للبنك الإسلامى .

(٢) وجوب قيام اتحاد البنوك الإسلامية ، وتلك المراكز البحثية الإسلامية ، بمزيد من الدراسات ، والبحوث النظرية ، والتطبيقية ، فى مجال وضع ، وتحديد، وصياغة رسالة البنك الإسلامى .

(٣) وجوب تصدى اتحاد البنوك الإسلامية بوضع ، وتحديد ، دليل عملي/ إجرائي، يحدد المراحل ، والخطوات التطبيقية لوضع ، وتحديد رسالة البنك الإسلامي.

(٤) وجوب قيام كافة المنظمات الإسلامية ، بالإعلان ، والإعلام برسالتها، على مستوى العالم الإسلامى ، والعالم غير الإسلامي، حتى يتبين للجميع مدى سمو رسالة الإسلام، ومدى سمو رسالة منظماته، وحتى يتسنى الرد على تحفظات المشككين ، والمتشككين فى التوجه الإسلامى للمنظمات ، والبنوك الإسلامية.

(٥) ضرورة المسارعة بتنظيم مؤتمر ، لمناقشة ، وبلورة ، وتأصيل رسالة البنك الإسلامي، فى ظل التحديات البيئية المعاصرة الداخلية ، والخارجية.

(٦) ضرورة وجوب المراجعة ، والتقويم الدورى ، لرسالة البنك الإسلامى ، والمنظمات الإسلامية ، على ضوء المتغيرات ، والمناخ ، والظروف البيئية ، المحيطة بالعالم الإسلامى .

(٧) ضرورة وجوب الفحص ، والمراجعة ، والتقويم الدورى ، والمستمر ، لأهداف، وخطط ، وبرامج عمل ، وسياسات البنك الإسلامى ، والمنظمات الإسلامية، على ضوء المتغيرات البيئية ، والداخلية.

الهوامش

(١) الموسوعة العلمية ، والعملية للبنوك الإسلامية، القاهرة، اتحاد البنوك الإسلامية، ١٣٩٧ هـ ١٩٧٧م، جـ ١، ص ١٦٩ - ١٩٨٩ م.

(٢) د. ماجد إبراهيم علي، البنك الإسلامي للتنمية، القاهرة: دار النهضة العربية، ١٩٨٣م.

(٣) الموسوعة العلمية والعملية للبنوك الإسلامية، مرجع سابق، جـ ١، ص ١٩٠ - ١٩١، ١٩٢ - ١٩٥، ١٩٦ - ٢٠٩.

(٤) المرجع السابق، ص ٢١٠ - ٢١١ ، ٢١٢، ٢١٣ - ٢١٦، ٢١٧، ٢٣٠.

(٥) المرجع السابق، ص ٢٣١ - ٢٣٢، ٢٣٣ - ٢٣٤، ٢٣٥ - ٢٥١.

(٦) المرجع السابق، ص ٢٥٢ - ٢٥٥، ٢٥٦ - ٢٥٨، ٢٦٠ - ٢٧٣.

(٧) المرجع السابق، ص ٢٧٤ - ٢٧٧، ٢٧٨ - ٢٨٣.

(٨) المرجع السابق، ص ١٦٣ - ١٦٨.

(٩) المعجم الوجيز، جمهورية مصر العربية، وزارة التربية والتعليم، ١٤١٣ هـ ١٩٩٢م، باب الراء، ص ٢٦٣.

(١٠) مختار الصحاح، القاهرة : دار الكتاب العربي، ١٩٧٩م، باب الراء، ص ٢٤٢.

(١١) -Pfeiffer J. William & Other, Applied Strategic Planing: How To Do It Guide, San Diego: University Associates, Inc., 1986.

- Koontez, Harold & Others, Principle Of Management, N. Y: Mcgrew- Hill, 1980.

- في البحث عن استراتيجية للبنوك الإسلامية، الاتحاد الدولي للبنوك الإسلامية، الخرطوم : المؤتمر العام الثانى «استراتيجية البنوك الإسلامية، ١٤٠٩ هـ ١٩٨٨.

- د. إسماعيل محمد السيد، الإدارة الاستراتيجية، الإسكندرية، المكتب العربي الحديث، ١٩٩٠.

(١٢) د. رفاعى محمد رفاعى وآخر، إدارة الاستراتيجيات، جامعة المنصورة: كلية التجارة ١٩٩٠م.

(١٣) - Greenley, Grodon E., Strategic Management, N. Y: Mcgrew-Hill, Inc, 1989. PP. 167- 170.

- Certo, Samuel, C., & Other, Strategic Management, N. Y.: Mcgrew - Hill, Inc., 1990, PP. 58- 65.

(١٤) د. سيد الهواري، الإدارة بالأهداف والنتائج، القاهرة: مكتبة عين شمس، ١٩٧٦، ص ٩١ – ٩٢.

(١٥) المؤشرات المالية للمصارف الإسلامية، المصرف الإسلامي الدولي للاستثمار والتنمية: مركز الاقتصاد الإسلامي، ١٩٨٨م، ص١١.

(١٦) د. محمد حسن يسن، القطاع الغائب في خطط التنمية الإدارية، نقابة التجاريين:

أبحاث المؤتمر العلمي الأول: الإدارة في الثمانينات، ١٩٨٢، ص٤ – ٦.

(١٧) الموسوعة العلمية للبنوك الإسلامية، القاهرة: اتحاد البنوك الإسلامية، ١٣٩٧هـ – ١٩٧٧م، جـ ١، ص ١٦٩ – ١٨٩.

(١٨) د. ماجد إبراهيم علي، البنك الإسلامي للتنمية، القاهرة:دار النهضة العربية، ١٩٨٣م، ص١٩٩، ٢٠١ – ٢١٠.

(١٩) الموسوعة العلمية والعملية للبنوك الإسلامية، مرجع سابق، ص٢١٠ – ٢٣٠.

(٢٠) المرجع السابق، ص ١٩٠ – ٢٠٩.

٢١) المرجع السابق، ص ٢٣١ – ٢٥١.

(٢٢) المرجع السابق، ص ٢٥٢ – ٢٧٣.

(٢٣) المرجع السابق، ص ٢٧٤ – ٢٨٣.

(٢٤) المرجع السابق، ص ١٦٣ – ١٦٨.

(٢٥) في البحث عن استراتيجية للبنوك الإسلامية، الخرطوم: الاتحاد الدولي للبنوك الإسلامية، من أبحاث المؤتمر العام الثاني للبنوك الإسلامية، ١٤٠٩هـ ١٩٨٨م، ص ٢ – ٥.

- David, Fred R., Concepts of Strategic Management,, Columbus: Merrill Puplishing Company, 1989. P. 100.

(٢٦) Greenley, Gordone, op. Cit., PP. 149 - 150, Certo, Samuel C, & Other, Strategic Management, N. Y: Mcgrew- Hill Book Co., 1990, PP. 58 - 59.

(٢٧) Pfeiffer, J. William & Others, 1986 op. Cit., p. 81.

(٢٨) Byars, Lioyd L., Straegic Management, N. Y : Harper & Row, Publishers, 1987. P. 14.

(٢٩) Roths Child, William E., Staregic Alternatives, N. Y : Amacom, 1979, PP. 12 - 13.

(٣٠) Byars, Lioyd L., Op. Cit, P. 14.

(٣١) Uauch, Lawrence R., & Other, Strategic Management Business Policy, N. Y : Mcgrew Book Co., 1988, P. 71.

(٣٢) Ibid, P. 72.

(٣٣) Bowman, Cliff , Strtaegic Management, London : Macmillan Education, 1987, P. 30.

(٣٤) Byars, Lioyd L., Op. Cit., P. 12.

(٣٥) سورة : المائدة، آية : ٣٢، وصدق الحق إذ يقول «ولا تقتلوا النفس التي حرم الله إلا بالحق» سورة الإسراء، آية ٣٣.

(٣٦) وصدق سبحانه اذ يقول «وقاتلوا في سبيل الله الذين يقاتلونكم ولا تعتدوا إن الله لا يحب المعتدين» سورة البقرة، آية : ١٩٠.

(٣٧) د. محمد الأمين إبراهيم الفندي، معوقات توجيه العلوم توجيها إسلاميا، جامعة الأزهر: مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي، مؤتمر التوجيه الإسلامي للعلوم، ١٤١٣ هـ - ١٩٩٢ م، ص ١٧٧ - ٦٨٢.

(٣٨) د. رشدي أحمد عبد الله طعيمه، معوقات توجيه العلوم توجيها إسلامية، جامعة الأزهر : مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي، مؤتمر التوجيه الإسلامى للعلوم، ١٤١٣ هـ - ١٩٩٢ م، ص ٥٧٥ - ٥٧٧.

(٣٩) المرجع السابق، ص ٥٧٧.

(٤٠) محمد فؤاد عبد الباقي، المعجم المفهرس لألفاظ القرآن الكريم، القاهرة: دار الشعب، بدون تاريخ.

(٤١) المعجم الوجيز، جمهورية مصر العربية : وزارة التربية والتعليم، ١٤١٣ هـ - ١٩٩٢ باب الراء، ص ٢٦٣.

(٤٢) المرجع السابق، باب الراء ص ٢٦٣.

(٤٣) مختار الصحاح، القاهرة: دار الكتاب العربي، ١٩٧٩، باب الراء، ص ٢٤٢.

(٤٤) محمد علي الصابوني، النبوة والأنبياء، مكة المكرمة، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، ١٤٠٠ هـ - ١٩٨٠م، ص ١١.

(٤٥) د. محمد الطيب النجار، تاريخ الأنبياء، القاهرة: دار الاعتصام، ١٤٠١ هـ - ١٩٨١م، ص١٤- ١٥.

(٤٦) المرجع السابق، ص ٣٣.

(٤٧) المرجع السابق، ص ٣٥.

(٤٩) سيد قطب (الشيخ)، في ظلال القرآن، القاهرة : دار الشروق، ١٣٩٧ هـ - ١٩٧٧ م، جـ ٣، ص ٢٨٠ - ٢٨١.

(٥٠) محمد فؤاد عبد الباقي، المعجم المفهرس لألفاظ القرآن الكريم، القاهرة : دار الشعب، بدون تاريخ، باب الراء، ص ٣١٤ - ٣٢٠، باب الغين، ص ٤٩٦ - ٤٩٨، ٥٠٦.

(٥١) Rue, Leslie W., & Other, Strategic Management, N. Y : Mcgrew - Hill Book Co., 1989, P. 7.

(٥٢) الموضع السابق،

- Higgins, James M., & Other, Strategic Management, Chicago : The Dryden Press, 1989, P. 16.

(٥٣) انظر المرجع (١٩) فى القائمة الأساسية.

(٥٤) انظر المرجع (١٢) فى القائمة الأساسية.

(٥٥) انظر المرجع (١٥) فى القائمة الأساسية.

(٥٦) انظر المرجع (٢٠) فى القائمة الأساسية.

(٥٧) انظر المرجع (٢١) فى القائمة الأساسية.

(٥٨) انظر المرجع (١٤) فى القائمة الأساسية.

(٥٩) انظر المرجع (١٧) فى القائمة الأساسية.

(٦٠) انظر المرجع (٩) فى القائمة الأساسية.

(٦١) انظر المرجع (٤) فى القائمة الأساسية.

(٦٢) Rue, Leslie W., & Other, Op. Cit., P. 7.

- Byars, Lioued L., Strategic Management, N. Y : Harper & Row, Publishers, 1987, P. 14.

(٦٣) Rue, Leslie W., & Other, Op. Cit., P. 7. - Higgins Janes M., And Other, Op. Cit., P. 16.

(٦٤) Steiner, George A., & Other, Management Policy and Strategy, N. Y: Macmillan Publishing Co., 19777, PP. 99.

(٦٥) Radford, K., J., Strategic Planning, Restion, Virginia: Reston Publishing Company, INC. 1980, P. 11, PP 196 - 197.

(٦٦) Koontz, Harold, & Other, Princibles Of Management, N. Y : Mcgrew - Hill, 7 th ed., 1980, P. 162.

(٦٧) Bates, Donaid L., & Other, Strategy and Policy Dubuque: Wm. C. Brown Company Publishers, 1980, P. 20.

(٦٨) Ibid, P. 10.

(٦٩) Thompson, Arthur A., & Other, Strategy Formulation and Implementation, Dallas : Business Publications, INC, 1980, P. 4.

(٧٠) Tourangeau, Kevin W., Strategy Managemenet, N. Y: Mcgrew - Hill, 1981, P 233.

(٧١)

Ibid, P. 8.

(٧٢) Ibid, P. 9.

(٧٣) Rowe, Alan J. & Others, Strategic Mangement & Business Policy, Massachusetts : Addison - Wesley Publishing company 1985, P. 78.

(٧٤) Preiffer, J. William, & Other, The Applied Strategic Planning Model, San Diago : University Associates, INC., 1986, P. 71.

(٧٥) Ibid, P. 137.

(٧٦) Ibid, PP. 74- 80.

(٧٧) Rue, Leslie W., & Other, Strategic Management, N. Y : Mggrew - Hill Book Co., 1989, P. 7.

(٧٨) Greenley, Gordon E., Op. Cit., P. 47.

(٧٩) Higgins, James M., & Other, Strategic Management, Chicago: The Dryden Predd, 1989, P. 16.

(٨٠) David, Fred R., Concepts of Stretagic Management, Columbus: Merrill Publishing Co., 1989, P. 100.

(٨١) Ibid, pp. 102 - 103.

(٨٢) Certo, Samuel C., & Other, Op. Cit., P. 58.

(٨٣) Bowman, Cliff & Other, Strategic Management, London: Macmillan Education, 1987, PP. 13 - 14.

(٨٤) Rowe, Alan J. & Other, Op. Cit., P. 78.

(٨٥) David, Fred, R., Op. Cit., PP. 102 - 103.

(٨٦) David, Fred R : Op. Cit., P. 108.

(٨٧) Ibid,PP. 102 - 103.

(٨٨) د.يوسف حامد العالم، المقاصد العامة للشريعة الإسلامية، هيرندن، فيرجينيا: المعهد العالمي للفكر الإسلامي، ١٤١٢هـ- ١٩٩١م، ص١٦٢-١٦٣.

(٨٩) د.عبد الحميد الغزالي، الإنسان أساس المنهج الإسلامي في التنمية الاقتصادية، القاهرة، المصرف الإسلامي الدولي للاستثمار والتنمية، مركز الاقتصاد الإسلامي، ١٤٠٨هـ - ١٩٨٨م، ص١٢.

(٩٠) Byars, Ltoyed L., Op. cit., P. 14

(٩١) Jauch, Lawrance R., & Other, Strategic Management and Buiness Policy, N. Y: McGrew- Hill Book Co., 1988, pp. 66-70,

- Glueck, william F., & Other, Business Policy and trategic Management, London: McGrew-Hill Book Co., 1984, PP. 58-61.

Grneenley Gordone E., Strategic Management, Op Cit, PP 156-153.

- Pfeiffer, J. william & Others, Applied Strategic Planning, Op. Cit., pp.. 53-67.

(٩٢) Glueck, willian F.& Other, Op cit, pp. 58-61.

(٩٣) Jauch, Lawrance R., & Other, op. Cit., p. 70.

(٩٤) pfeiffer, J.william, & Others, op. cit, p. 79.

(٩٥) Greenley, Gordone, E.,Op cit, pp. 151-153.

(٩٦) Thompson, Jr. Arthur A., & Other, Op, Cit., PP. 98-99.

(٩٧) Certo, samuel C., & Other, op., p.39.

(٩٨) certo, samuel c., & Other, op. cit., P.36.

(٩٩) Certo, samuel C., & Others, op. Cit, p36.

(١٠٠) Certo, samuel c., & Other, Op. cit., P. 30.

(١٠١) Pfeiffer J.willian & Others, Op. Cit., p. 72.

(١٠٢) Ibid, p. 73

(١٠٣) Ibid , p.73 - 47

(١٠٤) - Greenly, Gordnone, Op. cit., PP 153-155,

- pfeiffer, J.william, & others, Op. cit., PP. 65-67.

(١٠٥) Glueck, william F., & Other, Op. Cit., PP. 58- 61.

(١٠٦) Pfeiffer, J.william, & Others, Op. Cit., P53.

(١٠٧) Ibid. P. 56.

(١٠٨) Jauch, Lawrence R., Other, Op. cit., P.68.

(١٠٩) سورة الحشر، آية: ٢

(١١٠) سورة: النور، آية: ٢٤.

(١١١) جامع الأصول، جـ١١، ص١٠٧، حديث رقم ٩٣٥٤.

(١١٢) د.محمد بن عبدالله البرعي، د.عدنان بن حمدي عابدين، الإدارة في التراث الإسلامي جده: مكتبة الخدمات الحديثة، ١٤٠٨هـ- ١٩٨٧م، جـ١، ص١١٠-١١٨.

(١١٣) حيث: S = Slrengththes, W = weak nesses, O = Opportunities & T = Threats.

(١١٤) Pfeiffer, J.william, & Others, Op. cit., P. 53.

(١١٥) Ibid, p.56.

(١١٦) Pfeiffer, J.william, & Others, Op. Cit., PP. 74-81.,

- د.إسماعيل محمد السيد، الإدارة الاستراتيجية، مرجع سابق، ص٣٦-٤٣،

Greenley, Gordone E., Op. Cit., PP. 151-153.

(١١٧) Pfeiffer, J. William, & Others, Applied Strategic Planning,, Op. cit., PP. 77-79.

- بنيامين ب. تريجو، وآخر، استراتيجية الإدارة العليا، ترجمة: إبراهيم علي البرلسي، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٨٨م ص٥٤-٦٨.

(١١٨) د.إسماعيل محمد السيد: الإدارة الاستراتيجية ١٩٩٠م، مرجع سابق،ص٤٨-٥٠.

(١١٩) د.إسماعيل محمد السيد: الإدارة الاستراتيجية ١٩٩٠م، مرجع سابق، ص٤٨ - ٥٠.

(١٢٠) د.سيد الهواري، الإدارة: الاصول والأسس العلمية، القاهرة: مكتبة عين شمس، بدون تاريخ، ص٣٨-٤١.

(١٢١) - Thompson', Jr., Arthur A., & Others, Op. Cit., PP. 70-17.

- Greenley, Gordone E., Op. Cit., pp. 98-99,

- Pfeiffer, J. William, & Others, Op. cit., pp 79-80, 111-118.

(١٢٢) د.عبد الرحمن عميرة، أضواء علي البحث والمصادر، بيروت: دار الجيل، ١٤٠٦هـ - ١٩٨٦م، ص٩.

(١٢٣) سورة المجادلة، آية ١١.

(١٢٤) د.يحيي هاشم حسن فرغلي، في مواجهة الإلحاد المعاصر وعقائد العلم، القاهرة: مجمع البحوث الإسلامية - مطابع الأزهر، ١٤٠٠هـ - ١٩٨٠م، ص٣.

(١٢٥) د.عبد الرحمن عميره، أضواء علي البحث والمصادر، دار الجيل، ١٤٠٦هـ - ١٩٨٦م، ص٩.

(١٢٦) سورة طه ، آية ١١٤.

(١٢٧) عبد الرزاق نوفل، بين الدين والعلم، القاهرة: دار الشعب بدون تاريخ، ص٥-٦.

(١٢٨) د.يوسف حامد العالم، المقاصد العامة للشريعة الإسلامية، فيرجينيا - هيرندن: المعهد العالمي للفكر الإسلامي، الولايات المتحدة الأمريكية، ١٤١٢هـ ١٩٩١م، ص١٤٠- ١٤١.

(١٢٩) سورة القصص، آية: ٥٠.

(١٣٠) أحمد الريوني ، نظرية المقاصد عند الإمام الشاطبي، بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ١٤١٢هـ ١٩٩٢م، ١٤٠-١٤٥.

(١٣١) د.سيد الهوارى ، التنظيم فى البنوك الإسلامية، مرجع سابق، ص٩١.

(١٣٢) د.سعيد محمد المصري، أساسيات في دراسة الإدارة العامة، الرياض: دار المريخ، ١٤٠٣هـ-١٩٨٣م، ص١١٣-١١٨، د.إسماعيل محمد السيد، الإدارة الاستراتيجية، مرجع سابق، ص٤٩.

(١٣٣) Greenley, Gordone E., Op. cit., PP. 159- 163.

- Greenley, Gordone E., Op. cit., P. 160

نقلا عن: - Chang y.N and Campo- Flores, F., Business policy, And strategy, Santo Monicna Goodyear Publishing, 1980.

(١٣٤) Greenley Gordone E., Op. Cit., P. 161,

نقلا عن: - Facing Realities the European Societal Srrategy

project summary report,.. The European Institute for Advanced Studies in Management, 1981.

(١٣٥) د. سيد الهواري، التنظيم في البنوك الإسلامية، القاهرة: الاتحاد الدولي للبنوك الإسلامية، الموسوعة العلمية والعملية للبنوك الإسلامية، جـ٣، ١٤٠٠هـ، ١٩٨٠ ص٨٤-٨٦.

(١٣٦) سورة المطففين، آية: ٢٦

(١٣٧) الموسوعة العلمية والعملية للبنوك الإسلامية، القاهرة: الاتحاد الدولي للبنوك الإسلامية، جـ١، ١٣٩٧هـ - ١٩٧٧م، ص٦٤-٦٥.

- د.سيد الهواري، التنظيم في البنوك الإسلامية، مرجع سابق، ص٨٧-٩٢.

(١٣٨) د.أحمد عبد العزيز النجار وآخرون، ١٠٠ سؤال و١٠٠ جواب حول البنوك الإسلامية، ١٣٩٨هـ - ١٩٧٨م، ص٢٩.

(١٣٩) انظر في ذلك على سبيل المثال:

- اتفاقية إنشاء البنك الإسلامي للتنمية، الفصل الأول، مادة (١).

- عقد تأسيس بنك دبى الإسلامي، بند: أحكام الشريعة الإسلامية،

- النظام الأساسي لشركة بنك دبى الإسلامي، مادة (٤).

- وثيقة تأسيس بيت التمويل الكويتي، مادة (٥).

(١٤٠) -Pfeiffer, j. willian, & Others, Op. Cit., 82, 85, 88, 79.

- Greenley, Gordon E., Strategic Management, 1989, Op. Cit., PP. 150-153.

- Certo, Samuel C., & Peter, J.Paul, Strategic Management, 1990, Op. Cit., PP. 59-60

(١٤١) -Greenley, Gordon E., Op. Cit., P. 151.

(١٤٢) Greenley, Gordon, Op. Cit., PP. 150-152.,

- Certo, Samuel C., & Other, Op. cit., PP. 59-60.,

- Pfeiffer, J.William, & Others, Op. Cit., P. 79.

(١٤٣) Pfeiffer, Jurilliam 8 Others, Op, Cit, P 79.

(١٤٤) Gneenley Gorden E., O P. Cit, P. 150.

(١٤٥) د.اسماعيل محمد السيد، الإدارة الاستراتيجية، القاهرة: المكتب العربي الحديث، ١٩٩٠م، ص٢٧.

(١٤٦) سورة القمر، أية: ٤.

(١٤٧) سورة الاسراء، أية: ١٠٦.

(١٤٨) سورة إبراهيم، أية: ٤.

(١٤٩) سورة النحل، أية: ٣٥.

(١٥٠) سورة الحجر، أية: ١.

(١٥١) سبل الهدي والرشاد في سيرة خير العباد، جـ٢، ١٣٩٢هـ-١٩٧٢م، ص١٢٩.

(١٥٢) المرجع السابق، جـ، ص٦١٠.

(١٥٣) سورة الحشر، أية: ٢١.

(١٥٤) سورة الاسراء أية: ١٠٧- ١٠٩.

(١٥٥) سورة البقرة، أية: ٢٨٢.

(١٥٦) سورة البقرة، أية: ٢٥٦.

المراجع

أولا: المراجع العربية :

(١) أحمد عبد العزيز النجار وآخرون . ١٠٠ سؤال و١٠٠ جواب حول البنوك الإسلامية . ١٣٨٩هـ - ١٩٧٨م.

(٢) إسماعيل محمد السيد. الإدارة الاستراتيجية . الإسكندرية: المكتب العربي الحديث، ١٩٩٠م.

(٣) بنيامين، ب. تريجو، جون و. زيدمان . استراتيجية الإدارة العليا . ترجمة إبراهيم علي البرلس . القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٨٨م.

(٤) حسين موسي راغب / المبادىء العلمية للسياسات والاستراتيجيات الإدارية . القاهرة : مطبعة بل برنت، ١٩٩٠م.

(٥) رشدي أحمد عبد الله طعيمة/ معوقات توجيه العلوم إسلاميا. القاهرة : جامعة الأزهر ، مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي، مؤتمر التوجيه الإسلامي للعلوم، ١٤١٣هـ - ١٩٩٢م .

(٦) رفاعى محمد رفاعي / وآخر، إدارة الاستراتيجيات / جامعة المنصورة: كلية التجارة، ١٩٩٠، ١٩٩١م.

(٧) سعيد المصرى / أساسيات في دراسة الإدارة العامة / الرياض: دار المريخ، ١٤٠٣هـ - ١٩٨٣م.

(٨) سعيد يسن عامر، وآخرون / المؤتمر السنوى الأول، استراتيجات التغيير وتطوير المنظمات: ١٩٩١م.

(٩) سيد الهوارى / ما معنى بنك إسلامى / القاهرة: اتحاد البنوك الإسلامية، ١٤٠٣هـ - ١٩٨٣م.

(١٠) سيد الهوارى / الإدارة بالأهداف والنتائج / القاهرة: مكتبة عين شمس، ١٩٧٦.

(١١) سيد الهوارى / الإدارة: الأصول والأسس العلمية / القاهرة: مكتبة عين شمس ، بدون تاريخ.

(١٢) سيد الهواري / التنظيم في البنوك الإسلامية / القاهرة: الاتحاد الدولي للبنوك الإسلامية، ١٤٠٠ هـ - ١٩٨٠م.

(١٣) سيد قطب (الشيخ) / فى ظلال القرآن / القاهرة: دار الشروق، ١٣٩٧هـ - ١٩٧٧م.

(١٤) عبد الحميد الغزالى / الإنسان أساس المنهج الإسلامى فى التنمية الاقتصادية، القاهرة: المصرف الإسلامى الدولى للاستثمار والتنمية، مركز الاقتصاد الإسلامي، ١٤٠٨ هـ ١٩٨٨م.

(١٥) عبد الرحمن عميره / أضواء على البحث والمصادر / بيروت: دار الجيل، ١٤٠٦هـ ١٩٨٦م.

(١٦) عبد الرزاق نوفل / بين الدين والعلم / القاهرة: دار الشعب، بدون تاريخ.

(١٧) عبد الشافى محمد أبو العينين / مذكرات فى الإدارة الاستراتيجية ، بور سعيد: أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، ١٩٩٢م.

(١٨) على السلمي، وآخر / سياسات واستراتيجيات الإدارة فى الدول النامية / القاهرة: دار المعارف، ١٩٧٢م.

(١٩) على رفاعة الأنصاري / استراتيجية المشروعات، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٣.

(٢٠) ماجد إبراهيم علي، البنك الإسلامى للتنمية، القاهرة: دار النهضة العربية، ١٩٨٢.

(٢١) محمد أمين إبراهيم النتدى / معوقات توجيه العلوم توجيها إسلاميا . القاهرة : جامعة الأزهر، مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي، مؤتمر التوجيه الإسلامى للعلوم، ١٤١٣هـ - ١٩٩٢م.

(٢٢) محمد الطيب النجار / تاريخ الأنبياء / القاهرة دار الاعتصام ، ١٤٠١هـ - ١٩٨١م.

(٢٣) محمد حسن يس / القطاع الغائب فى خطط التنمية الإدارية، نقابة التجاريين: أبحاث المؤتمر العلمى الأول - الإدارة فى الثمانينات ١٩٨٢م.

(٢٤) محمد بن عبد الله البرعي ، عدنان بن حمدى عابدين / الإدارة فى التراث الإسلامى / جدة: مكتبة الخدمات الحديثة، ١٤٠٨هـ - ١٩٨٧م.

(٢٥) محمد على الصابونى / النبوة والأنبياء / مكة المكرمة: كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، ١٤٠٠هـ - ١٩٨٠م.

(٢٦) محمد فؤاد عبد الباقي / المعجم المفهرس لألفاظ القرآن الكريم / القاهرة: دار الشعب، بدون تاريخ.

(٢٧) يحيي هاشم حسن فرغلي، فى مواجهة الإلحاد المعاصر وعقائد العلم، القاهرة: مجمع البحوث الإسلامية، ١٤٠٠هـ - ١٩٨٠م.

(٢٨) يوسف حامد العالم، المقاصد العامة للشريعة الإسلامية، هيرندن، فيرجينيا: المعهد العالمي للفكر الإسلامي، ١٤١٢هـ - ١٩٩١م.

(٢٩) المؤشرات الحالية للمصارف الإسلامية، المصرف الإسلامي الدولي للاستثمار والتنمية: مركز الاقتصاد الإسلامي، ١٩٨٨م (سلسلة نحو وعي اقتصادي إسلامي ؛٥).

(٣٠) الموسوعة العلمية والعملية للبنوك الإسلامية / القاهرة: اتحاد البنوك الإسلامية، ١٣٩٧ - ١٩٧٧م، جـ١، (١٣٩٧ - ١٤٠٤هـ).

(٣١) المعجم الوجيز، ج. م. ع. وزارة التربية والتعليم، ١٤١٣هـ - ١٩٩٢م.

(٣٢) بحوث المؤتمر العام الثاني للبنوك الإسلامية -استراتيجية البنوك الإسلامية، الاتحاد الدولي للبنوك الإسلامية / الخرطوم، ١٤٠٩هـ - ١٩٨٨م.

(٣٣) محمد بن يوسف الصالحي الشامي ، سبل الهدى والرشاد في سيرة خير العباد ، تحقيق د. مصطفى عبد الواحد وآخرون / القاهرة: المجلس الأعلى للشئون الإسلامية، ١٣٩٢هـ - ١٩٧٢م.

(٣٤) مختار الصحاح، القاهرة: دار الكتاب العربي، ١٩٧٩م.

ثانيا: المراجع الأجنبية

(1) Bates, Donald L., & Strategy and Policy, Cowa: Wm C. Brown, 1980.

(2) Bowman, CLiff & Others, Strategic, Management, London: Macmillan Education, 1987.

(3) Byars, Lloyed L., Strategic Management., N. Y: Harper & Row Publishers, 1987.

(4) Certo, Samuel C., & Others, Strategic Management, N. Y: Mcgrew - Hill, 1990.

(5) Chang, Y. N. & Others, Business Policy and Strategy, Santa Monica: Goodyear Publishing, 1980.

(6) Curtis. David A., & Others, Strategic Planning For Smaller Businesses, N. Y: D. C. Heath and Company, 1983.

(7) David, Fred R., Concepts of Strategic Management, Columbus merrill Publishing Co., 1989.

(8) Glueck, William F., & Others, Business Policy and Strategic Management, London: Mcgrew-Hill Book co., 1980.

(9) Greenley, Gordon E., Strategic Management, N. Y: Prentce-Hall, 1989.

(10) Higgins, James M., & Others, Strategic Management, Chicago: The Dryden Press, 1989.

(11) Hrebinak, Lawrence G., & Others, Implementing Strategy N.Y: Macmillan, 1984.

(12) Newman, William & others, The process of Mangement, N. Y: Prentice- Hall, 1987.

(13) Pfeuffer J. william & Others, Applied Strategic Planning:

A how To Do It Guide., San Diego: University Associates INC., 1986.

(14) Radford, K.J., Strategic Planning, Reston, Virginia: Reston Publishing Company, INC., 1980.

(15) Rothschild, WIlliam E., Strategic Alternatives, N.Y: Amacom. 1979.

(16) Rue, Leslie W., & Others, Strategic Management, N.Y: McGrew- Hill Book Co., 1989.

(17) Steiner, George A., & Others, Management Policy and Strategy, N.Y: Macmillan, 1977.

(18) Steiner, George A., & Others, Management Policy and Strategy, N.Y: Macmillan, 1977.

(19) Thompson, Jr., Arthur A., & Others, Strategy Formulation and Implementation, Dallas, Texas: Business Publication, INC., 1990.

(20) Tourangeau, Kevin W., Strategy Management, N.Y: McGrew- Hill, 1981.

(12) Rowe Alan, J. & Others, Strategic Management, Business Policy, England, Amsterdam: Addison Wesley Publishing Company, 1985.

إصدارات المعهد العالمى للفكر الإسلامى

أولاً - سلسلة إسلامية المعرفة :

- إسلامية المعرفة : المبادئ وخطة العمل، الطبعة الثانية، ١٤٠٦هـ/ ١٩٨٦م.
- الوجيز فى إسلامية المعرفة : المبادئ العامة وخطة العمل مع أوراق العمل لمؤتمرات الفكر الإسلامى، الطبعة الأولى، ١٤٠٧هـ/ ١٩٨٧م. أعيد طبعه فى المغرب والأردن والجزائر. (الطبعة الثانية ستصدر قريباً).
- نحو نظام نقدى عادل، للدكتور محمد عمر شابرا، ترجمة عن الإنجليزية سيد محمد سكر، وراجعه الدكتور رفيق المصرى، الكتاب الحائز على جائزة الملك فيصل العالمية لعام ١٤١٠هـ/ ١٩٩٠م، الطبعة الثالثة (منقحة ومزيدة)، ١٤١٢هـ/ ١٩٩٢م.
- نحو علم الإنسان الإسلامى، للدكتور أكبر صلاح الدين أحمد، ترجمة عن الإنجليزية الدكتور عبد الغنى خلف الله، الطبعة الأولى، (دار البشير / عمان الأردن) ١٤١٠هـ/ ١٩٩٠م.
- منظمة المؤتمر الإسلامى، للدكتور عبد الله الأحسن، ترجمة عن الإنجليزية الدكتور عبد العزيز الفائز، الطبعة الأولى، ١٤١٠هـ/ ١٩٨٩م.
- تراثنا الفكرى، للشيخ محمد الغزالى، الطبعة الثانية، (منقحة ومزيدة) ١٤١٢هـ/ ١٩٩١م.
- مدخل إلى إسلامية المعرفة : مع مخطط لإسلامية علم التاريخ، للدكتور عماد الدين خليل، الطبعة الثانية (منقحة ومزيدة)، ١٤١٢هـ/ ١٩٩١م.
- إصلاح الفكر الإسلامى، للدكتور طه جابر العلوانى، الطبعة الأولى ١٤١٢هـ/ ١٩٩١م.

ثانياً - سلسلة إسلامية الثقافة :

- دليل مكتبة الأسرة المسلمة، خطة وإشراف الدكتور عبد الحميد أبو سليمان، الطبعة الأولى، ١٤٠٦هـ/ ١٩٨٥م، الطبعة الثانية (منقحة ومزيدة) الدار العالمية للكتاب الإسلامى / الرياض ١٤١٢هـ/ ١٩٩٢م.
- الصحوة الإسلامية بين الجحود والتطرف، للدكتور يوسف القرضاوى (بإذن من رئاسة المحاكم الشرعية بقطر)، ١٤٠٨هـ/ ١٩٨٨م.

ثالثاً - سلسلة قضايا الفكر الإسلامى :

- حجية السنة، للشيخ عبد الغنى عبد الخالق، الطبعة الأولى ١٤٠٧هـ/ ١٩٨٦م، (الطبعة الثانية ستصدر قريباً).

- أدب الاختلاف فى الإسلام، للدكتور طه جابر العلوانى، (بإذن من رئاسة المحاكم الشرعية - بقطر)، الطبعة الخامسة (منقحة ومزيدة) ١٤١٣هـ/ ١٩٩٢م.
- الإسلام والتنمية الاجتماعية، للدكتور محسن عبد الحميد، الطبعة الثانية، ١٤١٢هـ/ ١٩٩٢م.
- كيف نتعامل مع السنة النبوية : معالم وضوابط، للدكتور يوسف القرضاوى، الطبعة الثانية ١٤١١هـ/ ١٩٩٠م.
- كيف نتعامل مع القرآن: مدارسة مع الشيخ محمد الغزالى أجراها الأستاذ عمر عبيد حسنة، الطبعة الثانية، ١٤١٢هـ/ ١٩٩٢م.
- مراجعات فى الفكر والدعوة والحركة، للأستاذ عمر عبيد حسنة، الطبعة الأولى ١٤١٢هـ/ ١٩٩١م.

رابعاً - سلسلة المنهجية الإسلامية :

- أزمة العقل المسلم، للدكتور عبد الحميد أبو سليمان، الطبعة الأولى ١٤١٢هـ/ ١٩٩١م.
- المنهجية الإسلامية والعلوم السلوكية والتربوية : أعمال المؤتمر العالمى الرابع للفكر الإسلامى، الجزء الأول : المعرفة والمنهجية، الطبعة الأولى، ١٤١١هـ/ ١٩٩٠م.
الجزء الثانى : منهجية العلوم الإسلامية، الطبعة الأولى ١٤١٣هـ/ ١٩٩٢م.
الجزء الثالث : منهجية العلوم التربوية والنفسية، الطبعة الأولى ١٤١٣هـ/ ١٩٩٢م.
- معالم المنهج الإسلامى، للدكتور محمد عمارة، الطبعة الثانية، ١٤١٢هـ/ ١٩٩١م.

خامساً - سلسلة أبحاث علمية:

- أصول الفقه الإسلامى : منهج بحث ومعرفة، للدكتور طه جابر العلوانى، الطبعة الأولى، ١٤٠٨هـ/ ١٩٨٨م.
- التفكر من المشاهدة إلى الشهود، للدكتور مالك بدرى، الطبعة الأولى (دار الوفاء - القاهرة، مصر)، ١٤١٢هـ/ ١٩٩١م.

سادساً - سلسلة المحاضرات :

- الأزمة الفكرية المعاصرة: تشخيص ومقترحات علاج، للدكتور طه جابر العلوانى، الطبعة الثانية، ١٤١٣هـ/ ١٩٩٢م.

سابعاً - سلسلة رسائل إسلامية المعرفة :

- خواطر فى الأزمة الفكرية والمأزق الحضارى للأمة الإسلامية، للدكتور طه جابر العلوانى، الطبعة الأولى ١٤٠٩هـ/ ١٩٨٩م.

- نظام الإسلام العقائدي في العصر الحديث، للأستاذ محمد المبارك، الطبعة الأولى، ١٤٠٩هـ/ ١٩٨٩م.
- الأسس الإسلامية للعلم، (مترجماً عن الانجليزية)، للدكتور محمد معين صديقي، الطبعة الأولى، ١٤٠٩هـ/ ١٩٨٩م.
- قضية المنهجية في الفكر الإسلامي، للدكتور عبد الحميد أبو سليمان، الطبعة الأولى، ١٤٠٩هـ/ ١٩٨٩م.
- صياغة العلوم صياغة إسلامية، للدكتور اسماعيل الفاروقي، الطبعة الأولى، ١٤٠٩هـ/ ١٩٨٩م.
- أزمة التعليم المعاصر وحلولها الإسلامية، للدكتور زغلول راغب النجار، الطبعة الأولى ١٤١٠هـ/ ١٩٩٠م.

ثامناً - سلسلة الرسائل الجامعية :

- نظرية المقاصد عند الإمام الشاطبي، للأستاذ أحمد الريسوني، الطبعة الأولى، دار الأمان - المغرب، ١٤١١هـ/ ١٩٩٠م، الدار العالمية للكتاب الإسلامي - الرياض ١٤١٢هـ/ ١٩٩٢م.
- الخطاب العربي المعاصر: قراءة نقدية في مفاهيم النهضة والتقدم والحداثة (١٩٧٨-١٩٨٧)، للأستاذ فادي إسماعيل، الطبعة الثانية (منقحة ومزيدة)، ١٤١٢هـ/ ١٩٩٢م.
- منهج البحث الاجتماعي بين الوضعية والمعيارية، للأستاذ محمد محمد إمزيان، الطبعة الثانية، ١٤١٢هـ/ ١٩٩١م.
- المقاصد العامة للشريعة: للدكتور يوسف العالم، الطبعة الأولى، ١٤١٢هـ/ ١٩٩١م.
- التنمية السياسية المعاصرة: دراسة نقدية مقارنة في ضوء المنظور الحضاري الإسلامي، للأستاذ نصر محمد عارف، الطبعة الأولى، ١٤١٣هـ/ ١٩٩٢م.

تاسعاً - سلسلة الأدلة والكشافات :

- الكشاف الاقتصادي لآيات القرآن الكريم، للأستاذ محي الدين عطية، الطبعة الأولى، ١٤١٢هـ/ ١٩٩١م.
- الفكر التربوي الإسلامي، للأستاذ محي الدين عطية، الطبعة الثانية (منقحة ومزيدة) ١٤١٢هـ/ ١٩٩٢م.
- الكشاف الموضوعي لأحاديث صحيح البخاري، للأستاذ محي الدين عطية، الطبعة الأولى، ١٤١٢هـ/ ١٩٩٢م.
- قائمة مختارة حول المعرفة والفكر والمنهج والثقافة والحضارة، للأستاذ محي الدين عطية، الطبعة الأولى ١٤١٣هـ/ ١٩٩٢م.

الموزعون المعتمدون لمنشورات المعهد العالمي للفكر الإسلامي

في شمال أمريكا :

المكتب العربي المتحد
United Arab Bureau
P.O Box 4059
Alexandria, VA 22303, U.S.A.
Tel: (703) 329-6333
Fax: (703) 329-8052

خدمات الكتاب الإسلامي
Islamic Book Service
10900 W. Washington St.
Indianapolis, IN 46231 U.A.S.
Tel: (317) 839-9248
Fax: (317) 839-2511

في أوربا :

المؤسسة الإسلامية
The Islamic Foundation
Markfield Da'wah Centre, Ruby Lane
Markfield, LeicesterLE6 ORN, U.K.
Tel: (44-530) 244-944 / 45
Fax: (44-530) 244-946

خدمات الإعلام الإسلامي
Muslim Information Services
233 Seven Sister Rd.
London N4 2DA, U.K.
Tel: (44-71) 272-5170
Fax: (44-71) 272-3214

المملكة العربية السعودية :

الدار العالمية للكتاب الإسلامي
ص.ب : ٥٥١٩٥ الرياض : ١١٥٣٤
تليفون : 1-465-0818 (966)
فاكس : 1-463-3489 (966)

المملكة الأردنية الهاشمية :

المعهد العالمي للفكر الإسلامي
ص.ب : ٩٤٨٩ – عمان
تليفون : 6-639992 (962)
فاكس : 6-611420 (962)

لبنان :

المكتب العربي المتحد
ص.ب : 135888 بيروت
تليفون : 807779
تيلكس : 21665 LE

المغرب :

دار الأمان للنشر والتوزيع
4 زنقة المأمونية
الرباط
تليفون : 723276 (212-7)

مصر :

النهار للطبع والنشر والتوزيع
٧ ش الجمهورية – عابدين – القاهرة
تليفون : 3913688 (202)
فاكس : 340-9520 (202)

الهند :

Genuine Publications & Meia (Pvt.) Ltd.
P.O. Box 9725 Jamia Nager
New Delhi 100 025 India
Tel: (91-11) 630-989
Fax: (91-11) 684-1104

المعهد العالمي للفكر الإسلامي

المعهد العالمي للفكر الإسلامي مؤسسة فكرية إسلامية ثقافية مستقلة أنشئت وسجلت في الولايات المتحدة الأمريكية في مطلع القرن الخامس عشر الهجري (١٤٠١هـ - ١٩٨١م) لتعمل على:

- توفير الرؤية الإسلامية الشاملة، في تأصيل قضايا الإسلام الكلية وتوضيحها، وربط الجزئيات والفروع بالكليات والمقاصد والغايات الإسلامية العامة.
- استعادة الهوية الفكرية والثقافية والحضارية للأمة الإسلامية، من خلال جهود إسلامية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ومعالجة قضايا الفكر الإسلامي.
- إصلاح مناهج الفكر الإسلامي المعاصر، لتمكين الأمة من استئناف حياتها الإسلامية ودورها في توجيه مسيرة الحضارة الإنسانيّة وترشيدها وربطها بقيم الإسلام وغاياته.

ويستعين المعهد لتحقيق أهدافه بوسائل عديدة منها:

- عقد المؤتمرات والندوات العلميّة والفكريّة المتخصصة.
- دعم جهود العلماء والباحثين في الجامعات ومراكز البحث العلمي ونشر الإنتاج العلمي المتميز.
- توجيه الدراسات العلميّة والأكاديمية لخدمة قضايا الفكر والمعرفة.

وللمعهد عدد من المكاتب والفروع في كثير من العواصم العربية والإسلامية وغيرها يمارس من خلالها أنشطته المختلفة، كما أن له اتفاقات للتعاون العلمي المشترك مع عدد من الجامعات العربية الإسلامية والغربيّة وغيرها في مختلف أنحاء العالم.

The International Institute of Islamic Thought
555 Grove Street (P.O. Box 669)
Herndon, VA 22070-4705 U.S.A
Tel: (703) 471-1133
Fax: (703) 471-3922
Telex: 901153 IIIT WASH

هذا الكتاب

هو الكتاب الخامس في سلسلة دراسات في الاقتصاد الإسلامي التي يصدرها المعهد العالمي للفكر الإسلامي . وتمثل هذه السلسلة نتاج مشروع دراسة صيغ المعاملات المصرفية ، والاستثمارية ، والمالية المستخدمة في المؤسسات الإسلامية ، وخاصة في البنوك ، وشركات الإستثمار .

ويغطي الكتاب مع غيره من كتب هذه السلسلة عدداً من الموضوعات المتصلة بالصيغ التي تنظم علاقات هذه المؤسسات ، سواء كانت مع غيرها من الأفراد ، والمؤسسات الأخرى ، أو في جانب استخداماتها للأموال المتاحة لها ، أو في جانب الخدمات الأخرى غير التمويلية التي تقوم بها .

ويتصدى الكتاب لدراسة رسالة البنك الإسلامي ، من منطلق تميز طبيعة وغايات البنوك الإسلامية عن غيرها من المنظمات غير الإسلامية ، مؤكداً على ضرورة وجود رسالة واضحة ومحددة ومعلنة تبرر طبيعة هذا التميز في المنطلقات والغايات التي من أجلها أنشئت البنوك الإسلامية .

ويرسم الكتاب صورة محددة لواقع رسالة البنك الإسلامي ، في الفكر والتطبيق العملي ، ويناقش أهمية توافر رسالة مقبولة للبنك الإسلامي ، ويبين العوامل المعيارية المؤثرة على تكوين رسالة البنك الإسلامي ، ويخلص إلى تحديد معايير تقويم رسالة البنك الإسلامي من حيث المضمون والصياغة .

